

**Case Study**

**LE CONTENU, C'EST ROYAL:  
LA NOUVELLE STRATÉGIE DE  
MARKETING DE CONTENU DE  
CAFÉ ROYAL PERMET  
D'AUGMENTER LA PORTÉE ET  
L'ENGAGEMENT DES  
INTERNAUTES**

**Aussi tonifiant qu'une tasse de café! Webrepublic et Wirz Storyline proposent d'excellents contenus qui permettent à Café Royal d'entrer en contact avec son groupe cible de façon mesurable.**

## SITUATION DE DÉPART

Café Royal (Delica / Migros) propose des cafés de qualité supérieure, disponibles en ligne, auprès de la Migros et via des partenaires de vente au détail en France, en Allemagne et aux Pays-Bas. Au cours des dernières années, la marque Café Royal s'est positionnée comme une sélection de cafés savoureux et raffinés à des prix abordables.

En 2022, la marque a commencé à s'engager sur le «Path to Green»: elle mise de plus en plus sur des initiatives de durabilité à long terme comme la compensation des émissions de CO2 du grain à la tasse et sur des projets à fort impact avec des agriculteurs au Pérou et au Honduras. Pour s'assurer que ces valeurs se reflètent également dans la communication de la marque et que le principal groupe cible des consommateurs et consommatrices conscients/-es soit touché, la stratégie de contenu de Café Royal devait être mise à jour.

## OBJECTIFS

- ★ Utiliser la présence de Café Royal sur les réseaux sociaux pour donner vie au nouveau positionnement de la marque et raconter des histoires qui séduisent les consommateurs et consommatrices avertis/-es
- ★ Mettre en place un processus efficace de planification, de production et de distribution de contenu moderne sur les réseaux sociaux
- ★ S'assurer que toutes les initiatives de content marketing contribuent à des objectifs mesurables tout au long du parcours client de Café Royal

## MESURES

Webrepublic et Wirz Storyline soutiennent l'équipe de Café Royal dans l'établissement d'un nouveau cadre de content marketing approprié et la création en continu de contenus attrayants pour les réseaux sociaux.

La nouvelle stratégie de content marketing comprend des objectifs mesurables tout au long du parcours client. Ceux-ci permettent à l'équipe de projet d'évaluer le succès de chacune des mesures de content marketing. Ces éléments sont discutés lors des réunions mensuelles d'idéation et sont intégrés dans le processus créatif en cours et dans l'attribution des ressources. Jusqu'à la fin de l'année, l'accent est mis sur l'Awareness (KPI: portée/CPM) et l'Attraction (KPI: taux d'engagement).



Lors d'un atelier commun avec Café Royal et Wirz Storyline, nous nous sommes penchés de manière approfondie sur le groupe cible, les besoins des utilisateurs et les habitudes de consommation de café. Des profils basés sur des données représentent les segments clés des différents marchés, par exemple les consommateurs et consommatrices conscients/-es en Suisse, où Café Royal est bien établie en tant que «marque Migros», en France avec sa culture unique du café, ainsi qu'aux Pays-Bas et en Allemagne, où le café aromatisé est apprécié, comme les cafés caramel ou amaretti. Les profils ont été utilisés comme bases pour les nouvelles catégories de contenu et la tonalité à adopter, ainsi que pour un ciblage efficace des réseaux sociaux.

Depuis avril 2022, les expertes en contenu et les spécialistes des canaux de Webrepublic et Wirz collaborent avec l'équipe de la marque Café Royal dans le cadre d'un mandat en cours. Ils planifient, créent et diffusent tous les contenus rédactionnels sur Facebook et Instagram. Des réunions mensuelles d'idéation garantissent l'harmonisation du contenu avec d'autres activités de marketing telles que les lancements de produits ou les campagnes de performance, ainsi qu'avec les besoins des différents marchés (par exemple, la communication lors de fêtes nationales comme la Fête du Roi aux Pays-Bas). En combinant des histoires de marque émotionnelles, un accent clair sur les formats vidéo et interactifs et notre approche de test et d'apprentissage basée sur les données, nous sommes en mesure d'optimiser en permanence l'impact des initiatives de content marketing.

## RÉSULTATS

- ★ Une stratégie globale de content marketing et des directives réalisables pour le processus créatif ont été définies
- ★ L'engagement des utilisateurs sur Instagram (CH) a été multiplié par 5 par rapport à l'année précédente
- ★ Le CPM a pu être fortement réduit sur tous les canaux et sur tous les marchés, ce qui a permis d'augmenter la portée et l'efficacité du budget. Le CPM pour l'Allemagne, par exemple, qui était de 6,66 CHF (campagnes de contenu de mai à juillet 2021) est maintenant de 1,71 CHF (campagnes de contenu de mai à juillet 2022)



**«Le content marketing intelligent est un moyen efficace de créer un lien émotionnel avec le groupe cible sur le marché très concurrentiel du café. C'est formidable de voir notre stratégie prendre vie sur les plateformes Facebook et Instagram de Café Royal. Du café et une équipe fantastique – what else?»**

**Judith Creutz, Strategist Content Marketing, Webrepublic AG**

**«Webrepublic est le partenaire idéal pour accompagner et mettre en œuvre de manière stratégique le nouveau positionnement de notre marque dans le domaine digital, en particulier dans les médias sociaux. Nous sommes ainsi en mesure de nous adresser encore plus directement à notre groupe cible de consommateurs conscients et de les enthousiasmer pour notre marque.»**

**Maria Wetzel, Marketing Manager Digital & Content pour Café Royal, Delica**

