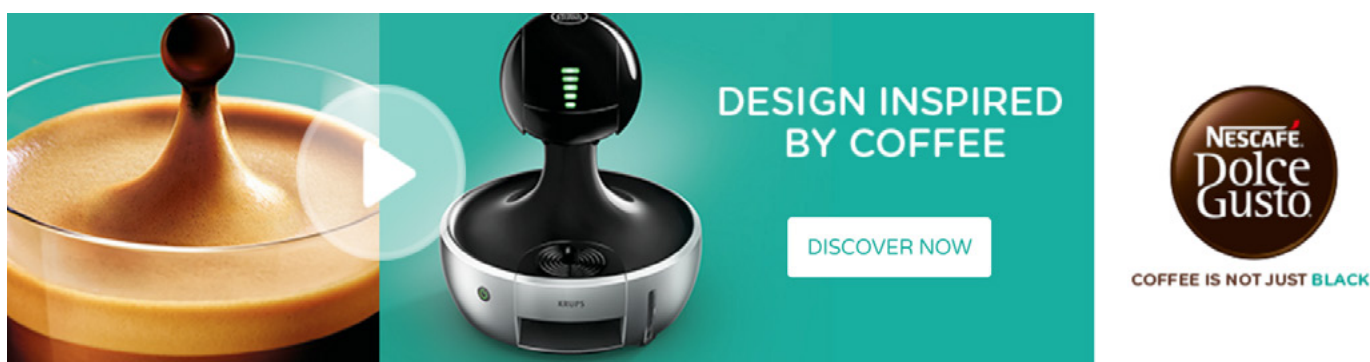


**«La campagne  
intégrée a dépassé  
toutes nos attentes  
quant à sa portée et à  
son efficacité.»**

**Joël Muller,  
responsable CRM et e-commerce,  
NESCAFÉ Dolce Gusto**

# 14 millions d'impressions pour NESCAFÉ Dolce Gusto au lancement des produits



La bannière Masthead lors du lancement de Drop et Stelia pour le Réseau Display de Google (GDN) et YouTube.

## Une stratégie médias multicanal intégrée

En septembre 2015, NESCAFÉ Dolce Gusto lance deux nouvelles machines à café: Drop et Stelia. Webrepublic se charge de l'adaptation, de la planification et de la réalisation de la campagne en ligne pour le lancement de ces deux produits.

Sur ce projet, Webrepublic et NESCAFÉ Dolce Gusto poursuivent trois objectifs essentiels: une reconnaissance maximale de la marque pour le lancement de produit, une expérience utilisateur harmonisée sur les six canaux et la sollicitation des internautes intéressés grâce aux divers points de contact numériques.

Le travail en commun et la configuration intégrée du projet portent leurs fruits. Tout d'abord, la stratégie médias et remarketing ainsi que la création proviennent d'une même agence, ce qui permet une mise en oeuvre cohérente de l'approche multicanal sur toutes les plates-formes. Par ailleurs, l'étroite collaboration permet d'allouer régulièrement des budgets à l'optimisation des campagnes en cours selon les performances. Ainsi, en l'espace de deux semaines seulement, la campagne déployée sur six canaux et en deux langues a généré 14 millions d'impressions et 24 000 clics pertinents.

## Prestations fournies:

- ★ Publicité display
- ★ Marketing sur les réseaux sociaux
- ★ AdWords
- ★ Graphisme et design



### Données sur l'entreprise

Une marque du groupe Nestlé

Secteur: Boissons/café

Collaborateurs: 1000, 60 pays

Date de fondation: 2005

Client Webrepublic: depuis 2015

Site Internet: dolce-gusto.ch



# Le projet en un coup d'œil

## Situation de départ

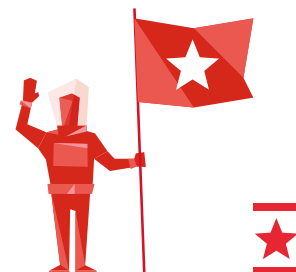
- ★ Dolce Gusto adopte une stratégie multicanal pour le lancement de deux nouvelles machines à café: Drop et Stelia.
  - ★ La campagne mise sur un marketing digital à forte identité visuelle.
  - ★ Le public cible parle allemand, anglais et français et interagit avec la marque sur différents canaux numériques.
- 

## Objectifs

- ★ Une reconnaissance maximale de la marque pendant les deux semaines de la campagne online précédant la campagne offline.
  - ★ Une stratégie de marque parfaitement orchestrée, harmonisée et accrocheuse sur tous les canaux pertinents, et ce en deux langues: français et allemand.
  - ★ Une communication visuelle forte illustrant le slogan «L'art moderne du café» en associant art et plaisir du café.
  - ★ Interpeller les internautes très intéressés par la marque afin de générer un flux de visites pertinent sur dolce-gusto.ch.
  - ★ Assurer une performance optimale sur tous les canaux.
- 

## Mesures

- ★ **Stratégie médias intégrée:** une équipe pluridisciplinaire a élaboré la stratégie Multicanal en utilisant YouTube, le Réseau Google Display, les publicités sponsorisées sur Gmail (Gmail Sponsored Promotions - GSP), AdWords, Facebook et Twitter comme plates-formes. La stratégie médias et remarketing ainsi que la création proviennent d'une seule et même agence. Cette configuration intégrée a permis une optimisation continue de l'allocation budgétaire.
- ★ **Stratégie de remarketing:** Webrepublic s'est adressé à un public cible intéressé par la marque et ce, grâce à des listes de remarketing (élaborées suite à l'interaction des internautes avec la bannière Masthead et dolce-gusto.ch). Les internautes ont donc pu interagir avec la marque à travers les différentes plates-formes mis en place sur ordinateur et mobile.
- ★ **Création:** les graphistes de Webrepublic ont élaboré un ensemble d'éléments digitaux afin d'harmoniser la campagne sur toutes les plates-formes en ligne. Ils se sont ensuite assurés de la bonne diffusion du message ainsi que du respect des fonctions souhaitées (interaction, expansion, animation) sur ces support digitaux.



# Résultats en bref

## Stratégie de marque: une large portée à moindre coût

- ★ Au total, la campagne de lancement a permis d'atteindre plus de 14 millions d'impressions (YouTube, GDN, GSP, Facebook et Twitter).
  - ★ À elle seule, la bannière Masthead de YouTube a généré 4 millions d'impressions (1 million sur ordinateur et 3 millions sur mobile) en une journée.
- 

## Performance: vues qualifiées et sollicitation du groupe cible

- ★ La campagne génère plus de 24 000 clics et 3500 visites pour dolce-gusto.ch.
  - ★ Vidéo: sollicitation des internautes intéressés grâce à la vidéo de campagne sur YouTube. Au total, la vidéo génère 6 297 093 impressions et 374 224 vues.
  - ★ Bannières: portée pertinente sur le Réseau Google Display, sur Facebook et sur Twitter; au total, les bannières génèrent un total de 8 355 594 impressions.
- 

## Rentabilité: les campagnes dépassent les attentes

- ★ Avec CHF 0,06, le coût par vue sur YouTube est bien inférieur à l'indice de référence (CHF 0,08 à 0,12), ce qui a permis à la vidéo de bénéficier d'une portée extraordinaire sans dépasser les limites du budget.
  - ★ Le groupe cible de la campagne Twitter a généré plus de 1300 clics. Les coûts par engagement s'élèvent à CHF 0,55.
  - ★ Le groupe cible de la campagne Facebook a généré plus de 4422 clics. Le CTR atteint 0,16%.
- 

## Effets de remarketing: expérience utilisateur sur tous les points de contact numériques

- ★ Au total, plus de 1,8 million d'utilisateurs ont vu la bannière Masthead et les publicités TrueView.
- ★ Le taux de vues de la campagne de remarketing s'est élevé à 19,44% – nettement supérieur au benchmark Google.



**«Le lancement réussi de nos machines à café Drop et Stelia doit beaucoup à cette campagne.»»**

**Joël Muller,  
responsable CRM et e-commerce,  
NESCAFÉ Dolce Gusto**

Webrepublic SA  
Seefeldstrasse 233  
8008 Zurich

+41 44 542 90 60  
office@webrepublic.com  
www.webrepublic.com

Webrepublic SA  
Avenue de Sévelin 32a  
1004 Lausanne

+41 21 545 50 18  
office@webrepublic.com  
www.webrepublic.com

