

Case Study

DIGITAL LAUNCH PAD: L'OUTIL DE PROCESSUS DE WEBREPUBLIC FAIT PASSER LE MARKETING DIGITAL DE SIX AU NIVEAU SUPÉRIEUR

«Assurer sa réussite digitale nécessite d'adopter une stratégie claire: digitaliser sa communication existante ne suffit pas», explique Alain Bichsel, Head Communication & Marketing chez SIX. Webrepublic partage cette analyse et a mis au point, en collaboration avec le fournisseur suisse d'infrastructures destinées aux marchés financiers, un système qui facilite la conception de campagnes, la détermination des KPI et leur reporting. De plus, le Digital Launch Pad contribue au développement d'un langage commun pour veiller à ce que l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de SIX partagent la même définition du succès marketing.

SITUATION DE DÉPART

L'entreprise technologique SIX s'efforce de jouer un rôle de leader digital parmi les fournisseurs de services d'infrastructure destinés aux marchés financiers. Sur le plan de la communication, le respect de cette exigence passe par la mise en place de campagnes digitales efficaces. L'objectif est ici de déterminer le canal de diffusion le plus approprié pour chaque campagne en définissant les briefings et les objectifs de ces dernières de la manière la plus claire possible. Cette démarche permet d'identifier les groupes cibles, majoritairement issus du domaine B2B, auxquels s'adresser et transmettre des contenus créatifs adaptés.

OBJECTIFS

- ★ Amélioration durable des processus de campagne et de briefing
- ★ Renforcement de l'efficacité grâce à une compréhension interne commune des processus et des responsabilités budgétaires
- ★ Définition de responsabilités claires et clarification des tâches à accomplir au sein des équipes impliquées

MESURES

1. Réalisation d'entretiens avec les parties prenantes

Webrepublic a réalisé 15 entretiens avec les parties prenantes afin d'analyser les besoins, les défis et les attentes de l'équipe digitale de SIX. Parmi les résultats, on retrouve notamment une stratégie de communication digitale, ainsi que des responsabilités et des processus clairs.

2. Lancement du Digital Launch Pad

Webrepublic a mis au point un outil de processus couvrant les aspects mentionnés ci-dessus: le Digital Launch Pad. Son but est de faciliter la mise en œuvre de la stratégie de marketing digital et la diffusion de campagnes efficaces sur les canaux marketing appropriés. La boîte à outils constitue un élément essentiel du Digital Launch Pad: créée par Webrepublic sous forme de processus, elle guide les collaboratrices et collaborateurs de SIX tout au long du cycle de campagne, du briefing aux visuels et au reporting, en passant par les objectifs et les groupes



cibles de la campagne. Grâce à la boîte à outils, la préparation des campagnes peut s'effectuer dans le cadre d'un processus uniforme, simplifiant ainsi le travail avec les agences externes.

RÉSULTATS

- ★ Renforcement de l'efficacité: réduction des boucles de rétroaction, clarification des responsabilités, amélioration des processus de briefing pour les agences
- ★ Compréhension commune des objectifs commerciaux et de leur transformation en objectifs de campagne
- ★ Compréhension commune des processus et des délais pour différents types de campagnes

«Le Digital Launch Pad nous permet de mener des échanges clairs et ciblés avec l'ensemble des parties prenantes. En plus d'améliorer l'efficacité de l'orchestration des campagnes, il contribue à élargir le champ des connaissances internes.»

TOBIAS EISNER, Strategic Development Lead, Webrepublic

«Les processus efficaces que nous mettons en place, notamment grâce au Digital Launch Pad, nous aident à maximiser l'impact de nos campagnes et à atteindre notre groupe cible de manière optimale. Le Digital Launch Pad nous guide tout au long du processus de campagne, de la planification au reporting.»

CLAUDIA HOLFERT, Head External & Digital Communications, SIX

