

Étude de cas

RENFORCEMENT DE L'IMAGE DE MARQUE GRÂCE AU CONCEPT MARKETING DIGITAL POUR L'ENTREPRISE TRADITIONNELLE SUISSE BINDELLA WEINE

La vita è bella - Une entreprise familiale traditionnelle suisse met les voiles vers le monde digital: découvrez comment Webrepublic et l'entreprise suisse Bindella, experte en vins italiens, sont parvenus à transposer la culture et la tradition dans un concept marketing digital et à susciter la passion pour le vin parmi un public jeune grâce à une véritable approche de content marketing, tout en renforçant durablement la fidélité des clients et la notoriété de la marque.

SITUATION DE DÉPART

La vente de vin sur Internet est en plein essor et ouvre le marché à une multitude de cavistes en ligne. Dans la majorité des cas, l'entreprise traditionnelle Bindella conseille sa clientèle loyale, mais plutôt âgée, dans sa propre vinaire à Zurich.

Se pose alors la question suivante pour Bindella: comment une marque traditionnelle peut-elle renforcer sa notoriété et intéresser un groupe cible plus jeune à ses produits pour en faire des clients?

OBJECTIFS

Pour conforter son positionnement comme expert de premier rang dans l'univers du vin en Suisse, Bindella a défini les objectifs suivants aux côtés de Webrepublic:

- ★ Augmentation de la notoriété comme expert et fournisseur de vins italiens dans toute la Suisse
- ★ Augmentation des ventes depuis la cave digitale de Bindella
- ★ Renforcement de la fidélité de la clientèle
- ★ Conquête d'un groupe cible plus jeune

MESURES

Webrepublic procède à un vaste audit de la concurrence et du secteur afin d'étudier les campagnes et les contenus existants sur l'ensemble des canaux numériques de Bindella. Le recours à des outils d'analyse comme Google Analytics et Facebook Ads Manager apporte des informations essentielles sur les ventes, les performances et les groupes cibles. Ces données servent de base pour définir ensemble les objectifs du concept marketing digital. Les objectifs fixés permettent alors aux équipes de spécialistes de Webrepublic de développer un concept comprenant des mesures dans les domaines des réseaux sociaux, des sites Web, de l'e-mail marketing, du marketing sur les moteurs de recherche et du contenu.

Webrepublic accompagne l'entreprise traditionnelle pour la mise en œuvre opérationnelle des canaux de performance convenus en étroite consultation, tout en optimisant en permanence le concept élaboré. Les futures mesures hors ligne et en ligne sont coordonnées selon les approches de content marketing définies, garantissant ainsi une communication efficace sur l'ensemble des plateformes.



DEUX MESURES EN DÉTAIL

Stratégie du content

Nous voulons savoir: Quels thèmes, aspects et tendances intéressent réellement le groupe cible? A cette fin, nous avons examiné le comportement de recherche du groupe cible et l'offre de contenus de la concurrence. Des analyses approfondies des écarts et des classements, un jeu de données portant sur plus de 1000 mots-clés et un contrôle d'inventaire sur les contenus ont permis d'identifier une cinquantaine de thèmes pertinents pour le groupe cible et sur lesquels la CSS Assurance dispose d'un savoir-faire particulier.

E-mail marketing

L'e-mail marketing est particulièrement adapté pour s'adresser aux utilisateurs de manière personnalisée, avec des contenus pertinents. C'est pourquoi il a été identifié comme un outil de fidélisation de la clientèle essentiel lors de l'analyse. La newsletter de Bindella est soumise à une analyse approfondie: processus d'inscription, contenu, design et technologie sont ainsi passés au crible. Cela doit servir de base pour orienter davantage les contenus vers les segments cibles à l'avenir, afin de renforcer la pertinence pour les lecteurs et d'influer positivement sur la décision d'achat. Les catégories de contenu définies par Webrepublic sont reprises dans la newsletter de sorte à garantir une cohérence permanente sur l'ensemble des canaux.



RÉSULTATS

- ★ Les canaux de vente digitaux ont été intégrés dans le mix marketing et les ventes en ligne ont augmenté.
- ★ La notoriété de la marque a été renforcée: l'entreprise Bindella est désormais également perçue par un public plus jeune comme un fournisseur de vin et un expert en la matière.
- ★ Bindella réussit à fidéliser son groupe cible tout en conquérant un groupe cible plus jeune.
- ★ L'accompagnement opérationnel de la campagne Google Ads a engendré 74% de chiffre d'affaires supplémentaire pour un investissement comparable (période de référence: 2019 vs 2018).

«En tant qu'entreprise traditionnelle, nous souhaitons renforcer la notoriété de notre marque y compris parmi un public plus jeune. Le concept marketing digital élaboré par Webrepublic nous aide à atteindre cet objectif. Nous en récoltons déjà les fruits.»

ALEXANDER MAYCOCK, Chairman of the Executive Board, Marketing and Communications, Bindella

