



NESPRESSO

LES
SINCH
AWARDS

Nespresso est une marque du groupe **Nestlé** créée en 1970.

La marque est devenue célèbre car Nespresso a créé un système de capsules portionnées au goût inimitable à la fois pour les particuliers et les entreprises

Nespresso propose aujourd'hui une large gamme de cafés, présent dans 37 marchés à travers tous les continents. Avec près de 65 cafés de gammes permanentes.

Entreprise engagée depuis + de 30 ans Nespresso a lancé le premier système de recyclage des capsules en 1991 en Suisse.

Nespresso a su se démarquer de ses concurrents en se positionnant premium (Club Nespresso) et en s'engageant pour l'environnement (certifiée B-Corp en 2022).

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Retailer spécialisé (alimentation)

Luxe

CHARGÉ DE PROJET

Florine Maury

Chef de projets marketing B2C

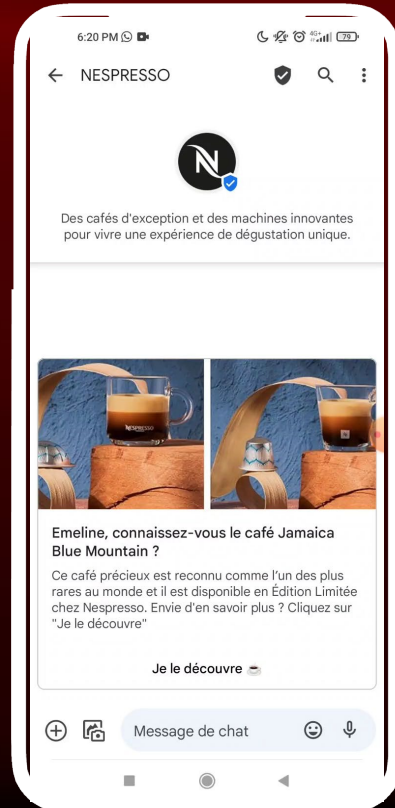
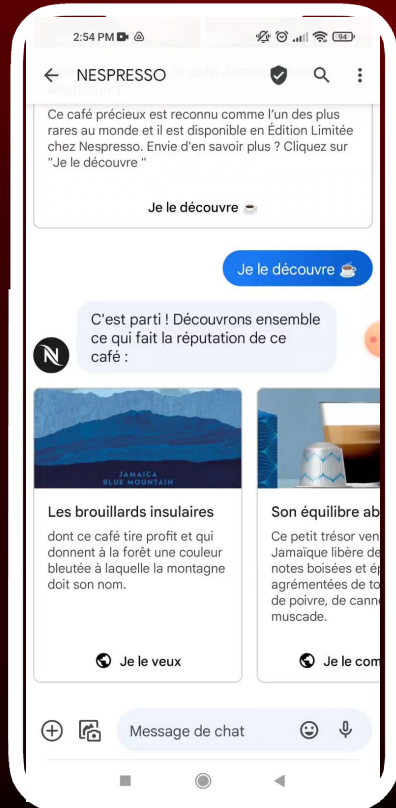




Nespresso

Quel est le meilleur format pour donner la plus grande visibilité sur la sortie d'un café de prestige et susciter l'envie d'acheter de la part des clients ?

LES
SINCH
AWARDS



Meilleure
campagne
conversationnelle

77%
De taux de
lecture via RCS

x2
De redirection
sur le site grâce
au RCS court vs
RCS Long

CONTEXTE

Jamaica Blue Mountain est un café d'exception vendu en très petite quantité. En tant qu'expert du café Nespresso, a souhaité faire découvrir différemment les particularités de ce café si spécial.

SOLUTION

Sinch a proposé de tester une nouvelle approche conversationnelle via RCS. Le produit étant un café unique et non une nouvelle gamme de café, la question de la longueur du scénario s'est posée : long ou court ? Nous avons donc choisi de mener un AB test.

Dans le cas présent, le scénario court s'est trouvé être la solution la plus performante car après avoir expliqué les différentes spécificités de ce café le client peut directement être redirigé vers le site internet de Nespresso.

Néanmoins le RCS « long » est un format très intéressant pour les mécaniques de personal shopper afin de comprendre les goûts des clients et leur proposer des cafés qui répondent à leurs envies.



NESPRESSO

LES
SINCH
AWARDS

Vision

« Le RCS est un format innovant qui nous permet de communiquer de manière ludique et interactive avec nos clients.

Par ailleurs cela nous donne accès à des données plus poussées que le SMS : le taux de lecture, le détail des réponses des clients, le taux de complétion..

Ce test nous a également permis de réaliser que le RCS pouvait convenir à tout type de campagne : marketing, relationnelles et promotionnelles grâce à la flexibilité de son architecture. C'est pourquoi suite à cette campagne nous avons décidé d'intégrer les communications conversationnelles dans notre plan de communication. »

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Retailer spécialisé (alimentation)

Luxe

CHARGÉ DE PROJET

Florine Maury

Chef de projets marketing B2C

