

DIRECTCASES L'AUDACE PORTE SES FRUITS



LA POSTE 

LE MONDE APPARTIENT AUX AUDACIEUX

Les entreprises veulent éviter les risques. Mais dans la publicité, elles doivent faire preuve d'audace. Est-ce compatible? Tout à fait, tant que l'audace n'est pas confondue avec l'inconscience. En s'adonnant aux expérimentations et en osant faire ce qui semble impensable aux autres tout en prenant un risque calculé, la récompense est au rendez-vous.

Comme le réalisateur et critique de cinéma François Truffaut l'a formulé justement à l'époque: **«On ne peut dépasser personne quand on marche dans son sillon.»** Il avait bien raison, car si on se contente de faire uniquement ce que les

autres font, on n'est en rien différent d'eux et perd en visibilité. À l'ère de la sur-sollicitation des sens dans les médias, il est plus que jamais nécessaire de se positionner clairement et de s'engager parfois sur une voie non conventionnelle, une voie encore jamais empruntée par quiconque.

Nous vous présentons sur les pages suivantes des campagnes d'entreprises qui ont fait preuve d'audace, qu'elles aient communiqué de manière plus frappante, bruyante, étrange, amusante ou simplement différente que les autres. Le marketing de dialogue est un média excellent dans ce but,

et il est aussi possible de le tester tout d'abord sur des petits groupes cibles. Laissez-vous inspirer en feuilletant ces pages et croyez-moi: l'audace porte ses fruits.



Andreas Lang
Responsable Dialog Marketing Solutions

DU COURRIER DE LA MAISON ROYALE POUR UNE PETITE ENTREPRISE DE TORRÉFACTION

Mission

Black&Blaze, une petite entreprise de torréfaction zurichoise, produit du café premium délicieux ayant une note intense et un arôme puissant. Le moyen idéal pour rester éveillé avec plaisir. Mais la production a ses coûts, il ne reste par conséquent plus beaucoup de budget pour les mesures de communication. C'est pourquoi Black&Blaze s'est vu confronté à la question de savoir comment pouvoir éveiller l'attention malgré des moyens financiers serrés.





Visionnez ici
le film sur cet
exemple de cas.

20 minuten

Blick

HORIZONT

werbewoche

ZEITUNG

+ 50% de chiffre d'affaires

Solution

Le prince William en personne leur a donné une idée. L'héritier du trône de la maison royale britannique venait de devenir père pour la troisième fois lorsqu'il s'est endormi lors d'une messe publique. Black&Blaze a profité de cette occasion pour envoyer encore le jour même un petit paquet de café au palais de Kensington. Afin qu'à l'avenir, William reste éveillé malgré des nuits courtes.

Résultat

Grand succès! À peine quelques jours plus tard, le prince a exprimé ses remerciements pour le café dans un courrier. En un rien de temps, la presse suisse était elle aussi en éveil et a publié de nombreux articles sur cette campagne. Sur les réseaux sociaux aussi, cette campagne a suscité une grande attention. Incroyable l'impact que ce colis postal, un seul Direct Mail adressé, a déclenché! L'écho médiatique était énorme et la valeur du contenu rédactionnel a été plus de dix mille fois supérieure à celle des frais de port et de matériel. En outre, les contributions sur les réseaux sociaux ont été partagées et commentées à multiple reprise. Et le plus important: Black&Blaze a pu enregistrer un chiffre d'affaires royal de plus de 50% immédiatement après cette campagne.

Mandataire

Black & Blaze Ltd.

Zürichstrasse 123b, 8123 Ebmatingen

blackandblaze.com

Agence

Inhalt und Form Werbeagentur LSA

Gasometerstrasse 9, 8005 Zurich

iundf.ch

SANS COMPLEXES CONTRE LE CANCER DU SEIN

Mission

Depuis 1985, le mois d'octobre est le mois international de la prévention contre le cancer du sein. La Banque Cler, partenaire de longue date de la Ligue suisse contre le cancer, appelle à des dons durant cette période, en suivant le credo suivant: un thème sérieux ne signifie pas que la communication doit être ennuyeuse. Au contraire, elle doit faire plaisir. La banque souhaitait s'attaquer à ce thème sans tabous. Car comment notre société veut-elle vaincre le cancer si nous nous faisons intimider et n'osons pas en parler?





Solution

L'approche décontractée de thèmes très sérieux s'est déjà révélée avoir un franc succès à plusieurs reprises par le passé. C'est pourquoi la banque Cler a réuni sans complexes les deux thèmes, dons et cancer du sein, et ce avec un symbole qui résume le message en une image: avec la première tirelire qui ressemble à un sein, vue de derrière. Celle-ci a été utilisée sur différents canaux en ligne et hors ligne en tant que visuel clé, par exemple sous forme d'une tournée de présentation, de boîtes de dons sur le POS, d'affiches, de brochures et sur les réseaux sociaux.

Résultat

La campagne a généré des dons nécessaires de toute urgence pour la Ligue suisse contre le cancer et a suscité une forte attention le thème encore empli de tabous qu'est le cancer du sein et envers la banque elle-même. Une conformité avec la marque cohérente y a également contribué. La banque Cler représente la levée des tabous sur des thèmes sociaux, ce qui s'exprime clairement dans le slogan: «Il est temps de parler de l'argent.»

Mandataire

Banque Cler SA

Aeschenplatz 3, 4002 Bâle
cler.ch

Agence

Heimat Zürich

Stauffacherstrasse 101, 8004 Zurich
heimat-zuerich.com

AVEC CATAPULT AIR, ALLER À SYLT EN VIREVOLTANT

Mission

La ligne ferroviaire à voie unique menant à Sylt a près de 100 ans et est la connexion la moins fiable d'Allemagne. Les pannes de train et les retards y sont quotidiens. L'extension à une ligne sur deux voies serait plus que nécessaire. Mais malgré des protestations depuis des décennies, le gouvernement fédéral et la Deutsche Bahn n'ont rien entrepris jusqu'ici. Il a fallu une campagne faisant sensation afin d'accroître la pression sur la politique.





Visionnez ici
le film sur cet
exemple de cas.



Solution

Sylt Marketing GmbH a réglé ce problème sérieux avec un humour décoiffant: dans une vidéo en ligne, l'agence a fait la promotion de la compagnie aérienne fictive Catapult Air qui catapulte les gens «en virevoltant» en deux minutes de la côte à Sylt, en étant bien plus fiable que le train. À la fin du clip plein d'ironie subtile, les habitants de Sylt, les pendulaires mais aussi les touristes (plus d'un million par an) étaient appelés à signer une pétition en faveur de l'extension de la ligne à deux voies.

Résultat

En l'espace de quelques jours, la vidéo a été diffusée sur tous les réseaux sociaux via les canaux médias de Sylt. Tous les principaux médias allemands du domaine de la télé, de la radio et de la presse l'ont reprise dans leurs articles. Une seule vidéo, produite avec un petit budget et des acteurs amateurs de la région, a atteint une valeur médiatique de 1,6 million d'euros. La pression sur la politique a augmenté de façon fulgurante et la pétition a été submergée de signatures en un temps record. Quatre mois seulement après le lancement fictif de Catapult Air, le Ministère des transports fédéral a décidé l'extension de la ligne à deux voies pour la somme de 221 millions d'euros.

Mandataire

Sylt Marketing GmbH

Stephanstrasse 6, 25980 Sylt, Allemagne
sylv.de

Agence

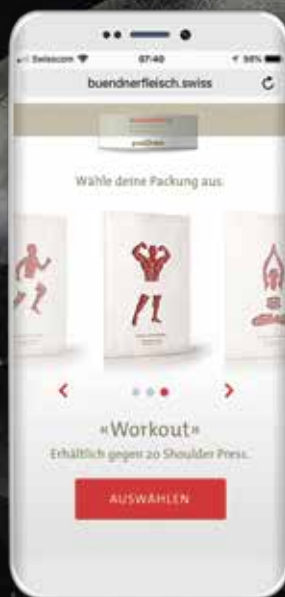
Philipp und Keuntje GmbH

Bei St. Annen 2, 20457 Hamburg, Allemagne
philippundkeuntje.de

L'ÉNERGIE HAUT DE GAMME

Mission

Comment parvient-on à enthousiasmer un groupe cible jeune, sportif et sensible à une alimentation saine pour une délicatesse de viande sèche originaire des montagnes grisonnes, fabriquée encore aujourd'hui selon une recette datant du XVIII^e siècle? Graubünden Ferien a tenté de relever ce défi en collaboration avec l'agence de communication Jung von Matt/Limmat.





Visionnez ici
le film sur cet
exemple de cas.

Original Bündnerfleisch
40% Protein, 4% Fett

STOCK ÉPUISÉ
en l'espace de 24 heures
seulement

12 300
participants actifs

93 000
flexions d'épaule réalisées

13 HEURES
à fredonner «Ommm»
au micro

47 KM
parcourus en courant

Energie vom Feinsten
Original Bündnerfleisch
40% Protein, 4% Fett

Energie vom Feinsten
Original Bündnerfleisch
40% Protein, 4% Fett

Solution

L'agence a profité du fait que la viande des Grisons est composée à 40% de protéines et seulement à 4% de graisses. Ainsi, elle a créé pour Graubünden Ferien trois designs d'emballage en édition limitée qui positionnent la viande des Grisons comme un produit protéiné naturel et haut de gamme en mettant en scène la transformation directe en muscle avec le slogan «L'énergie haut de gamme». Car les clients souhaitant commander un des trois paquets sur la boutique en ligne doivent faire un exercice physique et mesurer leur performance avec leur smartphone. Ce n'est qu'après avoir relevé le challenge correspondant que le bouton de commande est activé.

Résultat

La première série de viande des Grisons (2000 emballages) s'est retrouvée en rupture de stock en l'espace de 24 heures. Au total, plus de 12 300 utilisateurs ont participé au challenge sur téléphone mobile. En tout, ils ont accompli 93 000 fois des flexions d'épaules, fredonné 13 heures durant «Ommm» et couru la distance étonnante de 47 kilomètres. Durant les trois premiers jours de la campagne, le trafic sur le site Internet a augmenté de 9900%. Et à présent, la viande des Grisons est connue des jeunes de toute la Suisse comme un produit protéiné haut de gamme.

Mandataire

Graubünden Ferien

Alexanderstrasse 24, 7001 Coire
graubuenden.ch

Agence

Jung von Matt/Limmat

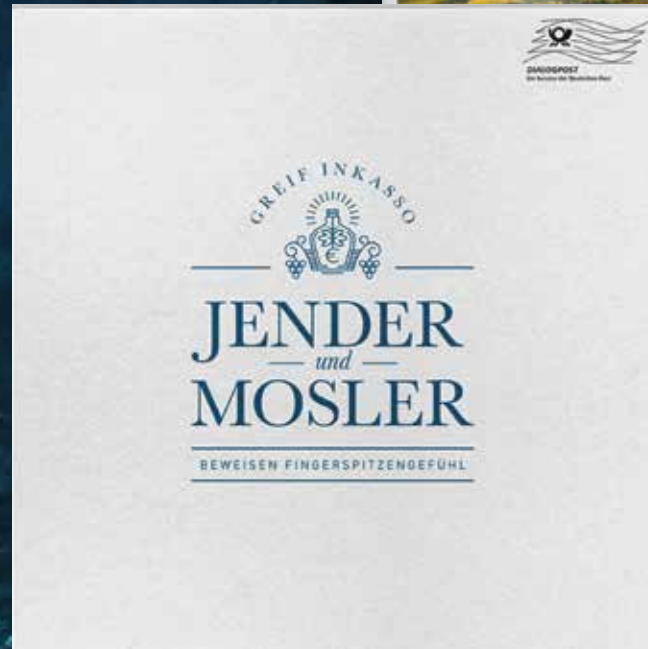
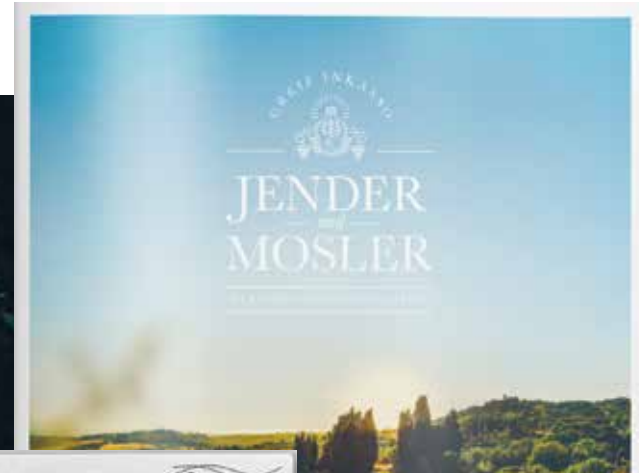
Wolfbachstrasse 19, 8032 Zurich
jvm.ch

LES AVENTURES FANTASTIQUES D'UN SPÉCIALISTE DE L'ENCAISSEMENT

Mission

Le marché allemand de l'encaissement est en proie à une rude concurrence. Les gros poissons mangent les petits. Tous? Non, une entreprise irréductible dénommée Greif Inkasso originaire de Bavière résiste encore et toujours. En 2018, l'entreprise familiale traditionnelle a dû relever le défi d'acquérir de nouvelles activités. Le problème: les prestations d'encaissement usuelles sur le marché se différencient peu les unes des autres, si bien qu'au bout du compte, c'est le plus souvent le prix qui fait la différence. Comment faire dans ce cas pour augmenter sa notoriété auprès de décideurs comme les gérants, les directeurs financiers ou les responsables de la comptabilité?

1 Jender & Mosler
vignerons toscans
délicats



Fingerspitzengefühl macht den Unterschied

BEI DER WEINERZEUGUNG WIE BEIM FÖRDERUNGSMANAGEMENT

Sehr geehrter Herr Musterkunde,

schon wieder ein Inkassounternehmen, das für Sie arbeiten will? Ja, Sie haben recht: wir – Stephan Jender und Ralf Peter Mosler – würden gerne für Sie arbeiten! Abgesehen davon, dass wir erfahrene Inkasso-Spezialisten (mit einem seit 1949 erfolgreichen Unternehmen im Rücken) sind – warum sollten Sie gerade UNS Ihr Vertrauen schenken? Eine gute Frage. Vielleicht weil wir Ihnen glaubhaft machen können, dass wir unseren Job nicht nur lieben, sondern ihn auch mit viel Fingerspitzengefühl ausüben? Apropos: wir sind der Meinung, dass Weinerzeugung und erfolgreiches Inkasso eine Menge gemeinsam haben. Was dies ist, würden wir Ihnen gerne mit der beiliegenden Lektüre näherbringen. So erfahren Sie übrigens auch ein wenig über uns und unsere Denkweisen. Vielleicht ein erster Schritt für ein persönliches Kennenlernen?

Viel Spaß mit der beiliegenden Lektüre wünschen


Stephan Jender


Ralf Peter Mosler

PS: Mehr Details zu unseren Personen und Qualifikationen finden Sie hier:
www.greifinkasso.com/jenderundmosler

Greif Inkasso
SEIT 1949





Visionnez ici
le film sur cet
exemple de cas.

2

Jender & Mosler
chercheurs
téméraires dans
l'Arctique



3

Jender & Mosler
chercheurs de
trésor dans les
fonds sous-marins



Solution

Greif Inkasso n'a pas abordé son groupe cible avec une exposition grossière de ses prestations ou des taux de réussite flamboyants, mais avec une histoire fantastique portant sur Stephan Jender et Ralf Peter Mosler, les deux spécialistes de l'encaissement de l'entreprise. Trois mailings personnalisés de grande qualité ont fait dresser l'oreille: Stephan Jender et Ralf Peter Mosler font preuve de délicatesse dans le rôle de vignerons toscans, de courage et d'endurance dans le rôle de chercheurs dans l'Arctique et de beaucoup de profondeur dans le rôle de chercheurs de trésor sous-marin. Délicatesse, courage et endurance, profondeur: telles sont exactement les qualités qui caractérisent un encaissement réussi. Mais au fait, les aventures de Jender & Mosler sont-elles réalité ou fiction? La curiosité du groupe cible était éveillée!

Résultat

Jusqu'ici, aucune entreprise dans cette branche n'avait emprunté une telle voie. L'audace a porté ses fruits: le mailing à trois niveaux envoyé à 545 adresses en tout a généré 6,2% de souhaits de rappel et de rendez-vous. Greif Inkasso a pu enregistrer 24,3% de plus d'ordres que dans la période de comparaison 2017. Et pour 2019, une foule de leads qualifiés étaient prêts à être traités.

Mandataire

Greif Inkasso GmbH

Felix-Wankel-Strasse 3, 85221 Dachau, Allemagne

greifinkasso.com

Agence

Elbfeuer GmbH

Mittelweg 161, 20148 Hamburg, Allemagne

elbfeuer.de

LES CHAGRINS D'AMOUR MÈNENT À L'EMPLOI DANS LE BATEAU DES RÊVES

Mission

Le groupe d'entreprises sea chefs recrute du personnel pour les bateaux de croisière. Autrefois, de tels postes étaient considérés comme des emplois de rêve, mais aujourd'hui, il est difficile de trouver encore des employés spécialisés et rares sont ceux qui connaissent les opportunités professionnelles et personnelles proposées par les compagnies maritimes et les voyageurs. C'est pourquoi sea chefs était à la recherche d'une forme de recrutement non conventionnelle.





Visionnez ici
le film sur cet
exemple de cas.

Environ 100 candidatures qualifiées

Geld verdienen und gleichzeitig Traumziele bereisen?
Arbeite im F&B-Bereich auf den besten Kreuzfahrtschiffen der Welt.

Heute bei **sea chefs** an, einem der weltweit führenden Partner von Reedereien und Reiseveranstaltern der Kreuzfahrtbranche!

Mehr Informationen:

- Was wir am Bord
- Was wir dir bieten
- Was wir sind

Solution

L'entreprise a décidé de s'adresser à des profils atypiques au lieu de personnes qualifiées. Il se posait alors la question de savoir quels sentiments et situations personnels pouvaient donner lieu à une candidature. Cela nécessitait une analyse approfondie. sea chefs a conçu plus de 200 annonces Facebook individuelles avec des textes comme: bac réussi et métier inconnu? Crise sentimentale: tout plaquer et partir le plus loin possible? Globe-trotter au petit budget? Les annonces sont reliées aux pages de renvoi correspondantes. Elles donnent envie de travailler à bord du bateau et indiquent la liste des postes vacants avec une possibilité de candidature directe. Ainsi, sea chefs est allé chercher les jeunes sur leurs canaux et dans leurs différentes étapes de vie, en révolutionnant le recrutement social.

Résultat

En l'espace d'un temps record, quelque 100 candidatures qualifiées ont été réceptionnées. Les accès aux pages de renvoi ont augmenté de 70% par semaine. En quelques semaines, les annonces ont atteint de manière ciblée plus de 4 millions de vues, en étant cliquées des milliers de fois. C'était la campagne la plus réussie dans l'histoire de l'entreprise.

Mandataire

sea chefs Cruise Services GmbH

Schauenburgerstrasse 32, 20095 Hamburg, Allemagne
seachefs.com

Agence

achtung! GmbH

Strassenbahnring 3, 20251 Hamburg, Allemagne
achtung.de

NON DISTRIBUTUABLE? IMPOSSIBLE!

Mission

localsearch, la plateforme de répertoires suisse, propose des plateformes et des prestations analogiques et numériques les plus diverses en particulier aux petites et moyennes entreprises souhaitant être trouvées par des clients potentiels. Toutefois, il arrive régulièrement que des entreprises résilient leur contrat. C'est pourquoi localsearch souhaite récupérer de tels anciens clients. Une campagne devait avoir pour but de leur rappeler les avantages d'une inscription dans les répertoires.



WE

Guten

Argerlich

Anfragen

Möchten Sie

mit 15 Millionen

Mit der local Bus

neues Produkt zu

WAS KANN DIE LC

> Unternehmenspra

> Prominente Darste

> Bessere Auffindbar

> Auffällige Darstellung

> Zugriffsmöglichkeit für

Mit der local Business Card

schlagbaren Preis von nur 1

Kontaktieren Sie uns noch heu

0800 86 80 86

marketing@localsearch.ch

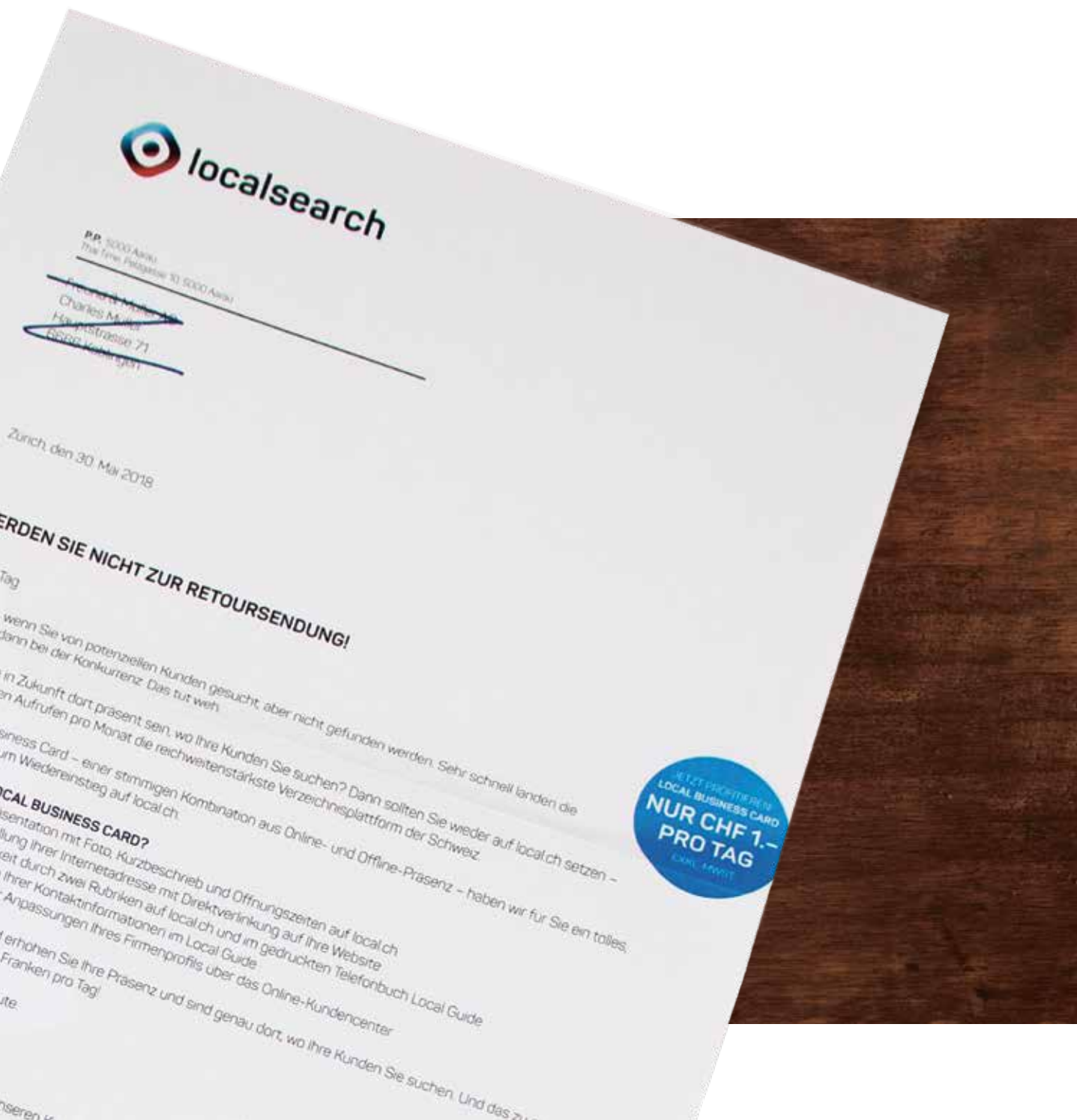
Wir freuen uns, Sie bald wieder zu u

Freundliche Grüsse

16



Visionnez ici
le film sur cet
exemple de cas.



Solution

Le fer de lance de la campagne de reconquête de localsearch était un mailing contenant un bon personnel pour la local Business Card: pour un franc par jour seulement, les ex-clients pouvaient se faire réinscrire immédiatement dans les répertoires de localsearch. Le clou: le mailing par lettre était muni de l'autocollant de la Poste bien connu «Le destinataire est introuvable à l'adresse indiquée», comme si le destinataire avait lui-même envoyé la lettre. Ainsi, localsearch présentait à ses anciens clients ce qui se passe quand on n'est plus trouvé par ses propres clients potentiels, car on n'est plus inscrit sur la plus grande plateforme de répertoire suisse.

Résultat

La campagne a suscité une très grande attention et des taux d'ouverture de lettre en conséquence. 7% des ex-clients contactés ont immédiatement utilisé leur code personnel et réservé la local Business Card afin d'être à nouveau trouvés.

Mandataire

localsearch – Swisscom Directories SA

Förlibuckstrasse 62, 8021 Zurich

localsearch.ch

Agence

Agentur am Flughafen

Flughafenstrasse 10, 9423 Altenrhein

agenturamflughafen.com

DIALOG MARKETING SOLUTIONS

VOS EXPERTS



Nous vous conseillons pour que votre marketing de dialogue soit couronné de succès.



Conseil

Approfondissez vos connaissances

Atelier
Table ronde
Contrôle des mailings



Recherche

Augmentez votre impact publicitaire

Base de données
Eye tracking
Analyses d'impact
Tests



Cross-channel

Interconnectez les canaux

Physique
Numérique
Affichage (OOH)
Personnalisé



MD à 360 degrés

Simplifiez-vous la vie durant les campagnes

Ajusté à toutes les étapes du MD

Sur demande, les experts de Dialog Marketing Solutions vous conseillent et vous accompagnent, à travers toutes les étapes du marketing de dialogue en ligne droite jusqu'au succès. Les spécialistes chevronnés tirent eux aussi profit des échanges avec nos experts en marketing de dialogue et du transfert mutuel de savoir-faire.

Notre offre est conçue de façon optimale pour répondre à vos besoins.

En tant qu'experts apportant leurs conseils sur une base indépendante, nous répondons de façon ciblée à vos besoins: nous analysons avec vous les mesures existantes et en tirons des enseignements pour une mise en œuvre optimale de vos futurs projets. Nous vous présentons des études de cas et les résultats d'études actuelles et vous accompagnons dans le cadre de nouveaux tests. Nous vous proposons un accompagnement de bout en bout avec des outils efficaces et des solutions pouvant être mises en œuvre immédiatement.

MARKETING DE DIALOGUE: ACTUALITÉS ET CONSEILS

AIDES À LA PLANIFICATION DE LA POSTE



Plateforme d'information DirectPoint

La plateforme d'information gratuite vous offre régulièrement une pléthore d'informations ciblées et bien compilées dans les domaines de la gestion, du marketing, de la communication et du marketing de dialogue. À cela s'ajoutent des conseils et astuces et des check-listes qui vous aident dans votre quotidien professionnel. DirectPoint vous fournit l'inspiration, le savoir et les outils pour votre réussite commerciale.

www.poste.ch/directpoint



Magazine DirectPoint

Chaque numéro vous propose un thème central traité en détail, avec divers éclairages sur le sujet, ainsi que des informations de fond passionnantes, les tendances du moment et les histoires sources d'inspiration. S'abonner gratuitement sur www.poste.ch/directpoint-magazine



Newsletter DirectPoint

Chaque mois, la newsletter vous présente les dernières tendances, des informations de fond passionnantes et des conseils pratiques. Différents articles viennent compléter le thème traité. S'abonner gratuitement sur www.poste.ch/directpoint-newsletter

**Impressum 13^e édition
Octobre 2019**

© Copyright

Poste CH SA
PostMail
Marketing de dialogue
Wankdorfallee 4
3030 Berne

La reproduction du contenu
de DirectCases est autorisée
sous réserve d'indication de la
source.

Rédaction

Poste CH SA, Berne
Agentur am Flughafen,
Altenrhein

Conception et réalisation

Poste CH SA, Berne
PostMail, Marketing de
dialogue, Berne
Agentur am Flughafen,
Altenrhein

Tous tarifs et données indiqués
sous réserve de modification.
État à la date de mise sous
presse: octobre 2019

Poste CH SA
PostMail
Dialog Marketing Solutions
Pfingstweidstrasse 60b
Case postale
8080 Zurich

Téléphone +41 58 341 17 17

www.poste.ch/directpoint
directpoint@poste.ch

LA POSTE 