# Stratégie globale

# Stratégie de différenciation

# Prix

Nespresso se positionne sur le marché du café.

Les différents concurrents sont Nescafé, Dolce Gusto

Par rapport aux concurrents, Nespresso se situe sur le secteur haut de gamme

# Produit

Capsule de café, innovation, produit principal, produit très varié, série limité

Machine design, esthétique

Prix des café élevé : impression de consommer un produit de luxe

# Place

Vente uniquement dans les magasins nespresso et en ligne

Distribution fermé

Machine dispo uniquement chez Nespresso ou en magasin spécialisé

Capsule adaptable en magasin mais pas officielle Nespresso

Pas d'intermédiaire

Compliqué pour certains client

# Promotion

Publicité avec des personnalités connues

Logo sobre mais dans l’inconscient collectif

Slogan populaire

Placement de produit

Communication sur les réseaux sociaux

Fidélisation : individualiser la consommation

Achat qui repose sur le plaisir

Mise en place d’abonnement