

J'appuie sur le bouton



Saïd, l'épicurien

Citation

« Le café est un voyage partagé, un instant de découverte »

<u>Biographie</u>

Saïd est pacsé et a un enfant, il vit en centre-ville. Il est designer pour une agence web depuis 10 ans. Il aime la randonnée et la natation. Les moments de partage et de convivialité avec ses proches sont indispensables à son équilibre.

Informations

Âge: 40 ans Profession: Designer Situation : Pacsé Localisation: Asnières

ACTIONS



Je décide d'acheter du café



J'insère ma capsule





RÉFLEXION **SUR LES PRODUITS**

PROCESSUS

Je me rends sur le site de la marque ou je vais en magasin

J'allume ma machine Je prépare mes accompagnements

11 Je m'installe Je partage

Je jette les capsules

PENSÉES

" J'espère trouver un café qui me correspond avec les saveurs que j'aime, à un prix raisonnable et de qualité "

Je choisis mes différentes capsules

- " J'aimerai essayer le curcuma et le gingembre "
- " J'aimerai essayer un déca avec des notes de chocolat ou de praliné "

"Je vais passer un bon moment, je vais me détendre et me

" J'adore le goût du spéculos dans le café "

" J'attends que ma femme se lève pour prendre mon premier café "

" Le café c'est un moment chaleureux, propice à la discussion '

"Je ne veux plus culpabiliser quand je jette mes capsules "

" J'aimerais que le traitement des déchets soit amélioré "

EXPÉRIENCES & ÉMOTIONS

PROBLÈMES

- Un manque d'originalité dans les saveurs
- Une faible diversité de décaféiné
- Une qualité de décaféiné discutable

- Pas de services associés prévues à l'achat des produits

- Un packaging impersonnel

- Des capsules en aluminium
- Un process de recyclage opaque
- Lobsolescence des machines

OPPORTUNITÉS

- Proposer une diversification des saveurs (épices, gourmandes ou agrumes) de manière égalitaire entre le café et le décaféiné
- Proposer des saveurs originales par le biais d'opérations marketing spécifiques (Ex : le café du mois)

- Proposer la mise en place d'un programme de fidélité permettant de bénéficier de services associés à l'achat des produits de la marque
- Proposer une refonte digitale par le biais de la gamification (profil, badge, récompenses...)

- Revoir le packaging / site / application de la marque afin de renforcer l'idée de convivialité et de partage (choix des visuels associés, comme l'image d'amis partageant le café)

- Proposer des capsules rechargeables
- Miser sur les matériaux recyclables
- Concevoir des machines réparables / démontables
- Faire preuve d'une plus grande transparence