Haution Ilan S1E

TD Nespresso

1. En étudiant les trois premiers onglets du site (Café, machines et Accessoires), donnez des éléments qui attestent que Nespresso se présente comme un produit unique.

Nespresso veut se différencier des autres par le nom des cafetières, des capsules et des accessoires qui ont des noms à consonance italienne et qui se différencient donc des cafés industriel concurrent ceci étant appuyé par la gamme vertuo.

1. Que peut-on dire de la gamme Nespresso ?

Je pense que la gamme Nespresso est très large dans le sens où les marques de café se restreignent à quelques machines et une gamme de café, mais ici, on retrouve 2 types de capsule avec des vertuo et des classique ainsi que les machines qui vont avec. On peut aussi compter les diffèrent accessoires en rapport (tasse, barista) ou non (sac en toile, carnet de notes) avec le café.

1. Cette gamme vous semble-t-elle cohérente ?

La gamme Nespresso est très cohérente excepté le carnet de notes et le sac en toile qui à mon avis son destiné à être offert l’or de souscription à un abonnement. Mais tout le reste de la gamme est en accord avec le café. En effet les cuillères, gâteaux et mug son totalement en accord avec le café.

1. Comment se manifeste de la part de Nespresso la manière de fidéliser le client ?

La manière de fidéliser la clientèle passe par tout d’abord une image de marque : sérieuse, épuré, elle donne une image chic du café Nespresso. Cette image chic de la marque permet au client (Relativement fortuné en vue du prix des produits comparé à la concurrence https:,,www.google.com,search?client=firefox-b-d&q=pris+capsule+caf%C3%A9) d’une façon ou d’une autre de rejoindre un « club » où la personne devenant presque fan du café Nespresso va acheter tous les produits de la marque pour que son « expérience » soit la meilleure. On peut retrouver ce genre de mentalité dans l’automobile avec notamment les adorateurs de BMW, Mercedes-Benz ou Audi.

Ceci explique aussi la diversification des produits (gâteaux, cuillères, et même sucrine).

1. Comment Nespresso s’affiche comme étant une entreprise responsable ?

Tout d’abord dans l’onglet recyclage, on nous montre plusieurs informations sur les capsules qui sont en aluminium recyclable et à 80 % en aluminium recyclé. Ensuite la certification B Corp qui est une certification qui vient d’une entreprise à but non-lucratif basé sur toute la planète et qui, si l’entreprise obtient 80/200, est certifié comme ayant « des bénéfices sur le monde ». On peut aussi noter des collaborations avec des marques de chaussures pour mettre en avant l’aspect recyclable des capsules.