

Stratégie marketing

SOSTAC pour

Nespresso Maroc

Réaliser par : Abderrahim CHAKHMOUN

Encadrer par : Adil KARAMA

Année académique : 2021/2022

Table des matières

Introduction	3
Situation analysis (analyse de situation)	4
Objectifs	5
Stratégies	6
Tactiques	7
Actions	8
Contrôle	9
Les idées de Growth hacking à mettre en place sur le site web Nespresso Maroc	10
Prenez soin de votre site Web pour l'optimisation SEO	10
Travaillez vos contenus pour construire votre stratégie d'inbound marketing.....	10
Landing pages Nespresso Maroc	12
Conclusion	13

Introduction

Le SOSTAC est un modèle précis qui établit les différentes étapes pour établir une stratégie marketing, et aide à s'assurer que tous les facteurs appropriés à cette stratégie sont considérés, sans nécessairement entrer dans des détails excessifs.

Dans ce rapport je vais élaborer une stratégie digitale SOSTAC pour la fidélisation et la prospection de nouveaux clients pour Nespresso Maroc.

SOSTAC

Situation – où en sommes-nous maintenant ?

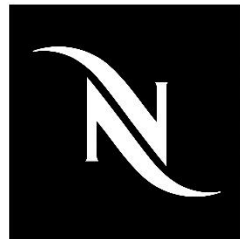
Objectifs – où voulons-nous être ?

Stratégie – comment y arriver ?

Tactique – comment y arriver exactement ?

Action – quel est notre plan ?

Contrôle – en sommes-nous arrivés là ?

The image shows the Nespresso logo, which consists of a stylized white 'N' followed by the word 'NESPRESSO' in a bold, black, sans-serif font.

Situation analysis (analyse de situation)

Nespresso est une filiale du groupe Nestlé, 1er groupe alimentaire mondial. Son siège se situe à Lausanne en Suisse. Avec un CA de 3,2 milliards de CHF en 2010, la marque a atteint une position de leader sur le marché du café en dosette, grâce à ses capsules et à ses machines.

Avec son positionnement volontairement élitiste et haut de gamme, cette filiale de Nestlé, s'est toujours démarquée de la concurrence choisissant délibérément d'ignorer les grands réseaux de distribution pour une diffusion plus confidentielle dans ses boutiques dédiées et sur le Web. Nespresso ne s'est jamais positionné comme un simple distributeur de café. La marque a construit sa notoriété et a développé sa clientèle autour de la notion de « club ». Un club d'acheteurs et de « dégustateurs » de café (car, chez Nespresso, on ne « consomme » pas du café, on le « déguste »!). Pour garantir à ses clients « la meilleure qualité dans la tasse », Nespresso contrôle l'ensemble de la chaîne de la conception des machines, au choix des cafés, jusqu'à la vente.



Objectifs

Attributs de marque améliorés et pourquoi cela améliore la qualité de vie des consommateurs

Construire des relations personnalisées et durables avec les consommateurs

Créer une entreprise solide capable de maintenir sa part de marché

Respecter l'environnement et protéger les ressources pour les générations futures

Accroître la notoriété et l'équité de la marque

Développer d'autres marchés, entrer dans de nouveaux domaines, mais rester concentré sur les segments de marché ciblés.



Stratégies

Différencier Nespresso, développer son propre réseau de boutiques, bien maîtriser la chaîne de distribution, verrouiller l'écosystème entre ces machines et les capsules

Nespresso investit massivement dans l'innovation, la conception des machines et le choix des couleurs des dosettes. Le choix de l'emplacement des magasins Nespresso n'est pas aléatoire, il privilégie les adresses premium aux chartes très sobres et luxueuses. Nespresso utilise une formule de gestion de luxe pour ces produits et veut être une marque de luxe

Nespresso a développé une application iPhone et Android et un site marchand permettant aux membres de commander des capsules



Tactiques

Nespresso propose des publicités d'entreprise via son application

Vendre des machines à café Nespresso dans les grands magasins de luxe et dans le monde entier

Contactez des experts en café qui vous fourniront un excellent service

Aperçu des événements Nespresso

Bénéficiez d'un service de livraison personnalisé

Bénéficiez des services d'assistance Nespresso

Une large gamme de machines innovantes, très propres et prestigieuses pour satisfaire tous les goûts.

Double canal de distribution : la vente de machines dans les magasins d'électroménagers spécialisés et la vente directe de capsules



Actions

La stratégie numérique de Nespresso reposera sur trois composantes de son activité en ligne, à savoir :

Site marchand ;

Réseau social ;

Application mobile.

Une stratégie de marque caractérisée par des relations à long terme en veillant à ce que les clients Nespresso comprennent le produit.

Des stratégies d'acquisition digitale génératrices de trafic. Il utilisera tous les outils, interactions, présentations et interfaces de communication qui impactent positivement la marque du réseau social.

A lancé la stratégie de contenu et d'engagement de la machine INISSIA, pour laquelle elle a produit une vidéo visionnée plus de 1,6 million de fois.

Stratégies de transformation pour transformer le trafic client sur différents réseaux



Contrôle

Pour le contrôle nous utiliserons google analytics pour vérifier le trafic, les performances mais aussi les KPI suivants : Nombre de partages ; Nombre de likes ; nombre d'abonnés ; Nombre de vues. Tout cela pour mesurer le succès des activités de marketing numérique en fonction des objectifs marketing généraux détaillés dans le plan marketing.



Les idées de Growth hacking à mettre en place sur le site web Nespresso Maroc

Le Growth Hacking est donc un ensemble de techniques non conventionnelles, frisant parfois la légalité, dont le but est d'augmenter les ventes d'un produit ou d'un service.

Prenez soin de votre site Web pour l'optimisation SEO

Le site Web permet dans la plupart des cas d'établir le premier contact avec des clients potentiels, d'augmenter la vitesse de chargement et de donner une bonne première impression.

Pour cela le site doit être hébergé sur un serveur rapide et fiable, sinon le risque est simplement de voir les taux de conversion stagner. Informer le visiteur depuis la page d'accueil sur les produits ou services proposés. L'utilité des informations fournies est le critère à privilégier et non la quantité. Cette technique de growth hacking permet de réduire le taux de rebond.

Travaillez vos contenus pour construire votre stratégie d'inbound marketing

Les internautes passent le plus clair de leur temps à parcourir les sites de consultation web contenant des vidéos. En résumé, le marketing vidéo est devenu incontournable pour les startups qui souhaitent améliorer leur référencement naturel sur le Web et développer leur marque. En conséquence, il est essentiel de créer des vidéos intéressantes. Cette technique de growth hacking consiste à susciter l'intérêt et le partage. Le but est de pouvoir répondre aux attentes des cibles.

Tirer parti de la preuve sociale

une base pour la stratégie sociale. La preuve sociale fait référence à un concept de psychologie sociale qui stipule qu'un individu a toujours tendance à suivre le comportement de la majorité. Cet exemple de piratage de la croissance présente de nombreux atouts. Il incite les

clients potentiels à interagir, car il les rassure et les incite directement à l'achat.

Les techniques de piratage de croissance sur Facebook ou votre site Web sont conçues pour encourager certaines actions de l'utilisateur, telles que "aimer" ou partager. Ils peuvent avoir un impact majeur sur votre entreprise. Les témoignages et autres conseils sont à publier sur le site internet et sur les réseaux sociaux. Ils vont des commentaires aux avis clients, en passant par les témoignages d'influenceurs. Ils utilisent des blogueurs réputés. Ils font la promotion des produits auprès de leur communauté. Egalement qualifiés de leaders d'opinion, ils œuvrent en faveur de la stratégie digitale et donc du développement de l'entreprise.

Landing pages Nespresso Maroc

*****pour les femmes*****

<https://mailchi.mp/fd15589ed61c/nespresso-maroc-femmes>

*****pour les hommes*****

<https://mailchi.mp/ff2b63ab184a/nespresso-maroc-hommes>

Conclusion

La stratégie digitale est au cœur de la transformation digitale et vise à utiliser les leviers digitaux et les indicateurs de performance web pour développer vos ventes, attirer des visiteurs sur votre site internet ou encore sur vos pages et réseaux sociaux.

