

## Amici ou l'art de lier contact avec le client

### Amici envoie des échantillons grâce à PostPac Promo



S'occuper de ses clients signifie aussi savoir les apprécier et respecter leurs désirs. Amici Caffè AG en a récemment fait la preuve avec succès. Comment? En s'adressant à quelques-uns de ses clients fidèles pour un nouveau concept d'emballage. L'écho a été des plus favorables: en tout, 60% des personnes sondées ont donné leur avis! Amici Caffè AG a ainsi obtenu une base solide pour sa prise de décision. Quant aux clients, ils se sont sentis pris au sérieux et leur affinité au produit en est sortie renforcée.

«Cette opération nous a montré combien il est important de rester proches de ses clients», affirme avec enthousiasme Andrea Bläsing, du département Marketing Services et Communication d'Amici Caffè AG. Une décision provenant des hautes sphères hiérarchiques prévoyait de supprimer l'emballage de 40 portions E.S.E. de l'assortiment. Afin de vérifier si sa clientèle était prête à se passer de ce produit,

Amici Caffè AG a posé la question à 450 clients privés qui avaient régulièrement acheté ces portions durant les douze derniers mois. Ces données clients étaient en possession de l'entreprise, étant donné que celle-ci commercialise son café non seulement via le commerce, mais aussi directement.

#### Un concept de dialogue en plusieurs étapes

Amici Caffè AG a développé un concept de dialogue en plusieurs étapes en collaboration avec un institut d'étude de marché. Dans un premier temps, les clients ont reçu une boîte gratuite contenant les portions dans leur nouvel emballage. Une semaine plus tard, ces mêmes personnes se sont vues adresser un argumentaire accompagné d'un questionnaire avec enveloppe-réponse.

#### Un taux de réponses extrêmement élevé

60% des personnes sondées ont donné leur avis. La plupart a préféré les emballages en sachets de 40 portions. Ces résultats ont été utilisés par Amici Caffè comme argument pour continuer la production de cet article. «Malgré le temps et les coûts engendrés par cette opération, nous allons continuer d'utiliser cette méthode, car elle nous permet de répondre aux désirs de nos clients», déclare Andrea Bläsing.

#### La Poste, un partenaire flexible et créatif

Ce concept a été élaboré par Amici Caffè et les Direct Marketing Services de la Poste. Pour l'envoi, il a été opté pour la solution «PostPac Promo». Andrea Bläsing est enthousiaste: «J'ai trouvé notre collaboration avec la Poste, en particulier avec notre conseillère, Madame Jasmin Erni Meier, aussi flexible que créative. J'ai été favorablement surpris. De plus, tout a été réalisé très vite.»