

La classe plutôt que la masse

Premium Küchen invite les représentants potentiels à une pause-café



Pour gagner des revendeurs, Premium Küchen et l'agence Eugster Kommunikation s'inspirèrent du produit lui-même: des cuisines d'un design et d'une qualité de première classe et d'un prix élevé. Et «L'invitation à discuter autour d'un café» est elle aussi exclusive et de valeur!

Les 90% des destinataires ont accepté cette invitation «Café-gâteau-discussion», étape principale de l'acquisition de nouveaux partenaires commerciaux. Car arriver jusque-là représentait l'obstacle principal dans un environnement fortement concurrentiel. Ensuite, produits et services de Premium Küchen parlaient d'eux-mêmes. La première invitation insistait non seulement sur les avantages d'une collaboration, mais apportait aussi un petit cadeau au revendeur potentiel: une cafetière italienne classique. Le publipostage de rappel, exclusif aussi, reflétait, avec diverses sortes de cafés, la polyvalence des cuisines SieMatic et proposait un café de plus aux personnes-cible.

Ces deux publipostages d'exception ne sont certainement pas passés inaperçus dans les boîtes aux lettres des destinataires! Pourtant, les premières réactions furent mitigées. Seule l'action de suivi téléphonique apporta d'heureuses surprises: 9 personnes sur 10 acceptèrent cette sympathique invitation! Le défi de la réalisation/production résidait dans le faible tirage et dans l'important travail manuel à la confection. «Il fallait être fanatique de la qualité», dit René Eugster d'Eugster Kommunikation AG. Pour sa part, Thomas Briner, directeur général de Premium Küchen AG, SieMatic Suisse, est enchanté: «Les coûts sont élevés. Mais ce n'est que par l'originalité qu'on pouvait espérer éveiller l'intérêt et inciter à un dialogue franc et ouvert». Son conseil: «Soyez différents des autres. Je crois que c'est là l'une des recettes du succès.» Et René Eugster d'ajouter: «Be different or die!».

Mandat	Premium Küchen AG, SieMatic Suisse
Objectif	Gagner de nouveaux partenaires en des endroits stratégiquement importants
Réalisation	Campagne en 3 étapes: 1. Envoi d'une cafetière italienne avec invitation personnelle à dialoguer autour d'un café; 2. Envoi de quatre sortes de cafés avec une autre invitation au dialogue autour de café et gâteau; 3. Action de rappel téléphonique
Groupe-cible	Fournisseurs suisses de cuisines proposant déjà des produits de marque, disposant d'une expérience dans le segment du marché des cuisines SieMatic (qualité et prix élevés) et placés en des endroits stratégiquement importants
Tirage	1 ^{re} étape: 100 exemplaires 2 ^e étape: 70 exemplaires
Résultat	Presque aucun retour mais 90% de rendez-vous et un écho très positif lors des rappels téléphoniques. Chances certaines de gagner de nouveaux partenaires commerciaux
Agence	Eugster Kommunikation AG, Rorschacherberg