

Collecter des données et engager ses audiences



6 exemples de campagnes marketing
innovantes dans l'industrie agro-alimentaire

L'industrie agroalimentaire est la plus grande industrie manufacturière d'Europe. Selon [FoodDrinkEurope](#), elle représenterait un chiffre d'affaires de plus de **1 000 milliards d'euros** (2017). La [Commission européenne](#) rapporte, quant à elle, que les produits alimentaires représentent environ 12,2% des dépenses d'un ménage typique, se classant au troisième rang derrière le logement et les transports.

En d'autres termes, les aliments et les boissons ne sont pas des articles de luxe ; ils sont nécessaires à notre survie. C'est pourquoi le secteur n'a pas besoin de convaincre les consommateurs qu'ils doivent acheter ces produits. Leur rôle consiste plutôt à **convaincre les consommateurs qu'ils ont besoin de leurs produits plutôt que de ceux d'une marque concurrente.**

Mais alors, au-delà des emballages aguicheurs, comment attirer le client ?

Une chose est sûre : les entreprises du secteur agroalimentaire doivent se démermer pour toucher les consommateurs et obtenir "la plus grosse part du gâteau", selon la formule consacrée.

Selon des données issues de l'[enquête sur la transformation numérique de RSM International](#) en 2018 :

Seuls **6%** des entreprises du secteur agroalimentaire considèrent leur maturité digitale comme un avantage concurrentiel.





Alors que **53%** des entreprises interrogées se disent inquiètes quant à leur capacité à atteindre leurs objectifs en matière de transformation digitale.

Avoir une stratégie digitale complète est essentiel pour un secteur qui doit évoluer constamment pour répondre aux attentes changeantes des consommateurs. Certaines entreprises agroalimentaires l'ont bien compris. **Elles utilisent les réseaux sociaux et des interactivités innovantes pour interagir avec les consommateurs et collecter des données utiles** afin de rendre leur marque différente et mémorable.

Voici 6 exemples de grandes entreprises agroalimentaires dont vous pouvez vous inspirer pour attirer de nouveaux prospects, fidéliser vos clients et augmenter vos revenus.





Table des matières



Mettez vos produits en valeur comme Gordon	p.5
Associez votre marque à un contenu viral comme Jupiler	p.6
Collectez des données de segmentation comme Nestlé	p.7
Fidélisez vos client à la manière de Dr. Oetker	p.9
Engagez vos audiences autour de vos produits, comme Volvic	p.11
Éduquez vos consommateurs, comme Millesima	p.13
Plus d'exemples de nos clients	p.14



Mettez vos produits en valeur comme Gordon

Les "Gordon Finest Beers" sont un ensemble de marques de bière commercialisées par la société Martin's.



Animation de
communauté



Collecte
d'opt-ins

CE QUE GORDON A FAIT :

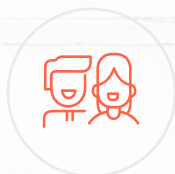
Gordon a lancé un quiz "**mort subite**" offrant aux participants la chance de gagner des packs Gordon. Après avoir rempli un formulaire de contact (leur demandant également leur bière préférée), les participants devaient répondre à des questions sur les produits de la marque. Éliminés dès la première mauvaise réponse, ils étaient incités à retenter leur chance toutes les heures pour arriver à compléter le quiz. Cette mécanique addictive, couplée à un **opt-in newsletter** présent dans la campagne, a permis à Gordon d'atteindre des taux de conversion impressionnants.

43%
taux d'opt-in



Associez votre marque à un contenu viral comme Jupiler

Jupiler est la bière la plus populaire en Belgique. La marque est également sponsor de l'équipe nationale belge de football, les Diabes Rouges, depuis 30 ans.



Animation de communautés



Image de marque



Visibilité sur les réseaux sociaux

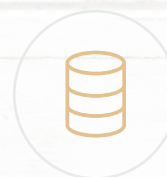
CE QUE JUPILER A FAIT :

Encore un coup de génie des équipes marketing: pour exprimer son soutien aux diables rouges, **Jupiler s'est rebaptisée "Belgium"** pendant 5 mois. La marque a également lancé au même moment une **campagne de sélection d'équipe** : les participants devaient se mettre dans la peau de l'entraîneur et composer leur propre équipe de rêve. Un mécanisme de viralité leur permettait ensuite de partager leur équipe sur les réseaux sociaux.



Collectez des données de segmentation comme Nestlé

Nescafé est une marque de café instantané commercialisée par Nestlé et l'une des marques de café les plus populaires au monde.



Collecte de données de segmentation



Augmentation des ventes en ligne et physiques



Fidéliser la clientèle

CE QUE NESTLÉ A FAIT :

Pour promouvoir son Dessert Nescafé Gold, Nestlé a décidé de **distribuer des échantillons de café gratuits via une campagne sur son site Web**. Avec un passage obligé pour recevoir les échantillons : un formulaire de contact à remplir, ainsi qu'une question sur la fréquence de consommation de café du participant. Ce formulaire a permis à Nestlé de segmenter les participants sur base de leur consommation et également de collecter de nouveaux abonnés via un opt-in newsletter en bas de page.

ESCAFÉ GOLD NU NOG BETER

2 Nescafé Gold Dessert stalen en proef
rijker aroma en de vollere smaak.

☐ Mevrouw
☐ Meneer

31 515
profils uniques
collectés



Connectez le monde digital au monde physique

Nestlé utilise également des campagnes interactives pour distribuer des coupons de réduction.

- **Coupons de réduction dans l'écran de fin** d'une campagne : après avoir rempli un formulaire, les participants peuvent télécharger directement leur coupon dans l'écran final et l'utiliser en magasin.
- **Coupons de réduction envoyés par e-mail** : après avoir indiqué leurs coordonnées, les participants reçoivent directement leur coupon par courrier électronique.

Découvrez plus en détail la stratégie de collecte et de segmentation de données de Nestlé avec Qualifio dans [ce cas client](#).

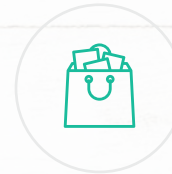


Fidélisez vos clients à la manière de Dr. Oetker

Le Groupe Oetker est une entreprise familiale d'origine allemande qui produit divers produits alimentaires (ingrédients de pâtisserie, poudres à lever, pizzas congelées, desserts, etc.)



Animation de communauté



Augmentation des ventes en ligne et physiques



Fidéliser la clientèle



Segmentation du marché pour les différentes marques

CE QUE DR.OETKER A FAIT :

Dr. Oetker a lancé une **campagne de pronostics** en français et en néerlandais pour chacun des 5 matches des Diables Rouges lors de la Coupe du monde de 2018. Les participants devaient **prédire le score de la Belgique et de son adversaire avant le début de chaque match** ainsi que le moment où le premier but serait marqué. Tous les participants étaient gagnants : un coupon de réduction était offert à tous ! Les 12 participants ayant prédit les scores les plus proches recevaient des pizzas gratuites et le participant ayant prédit le plus de scores exacts remportait une télévision Samsung.

PizziAMO PRONOSTIC

À propos de PizziAMO Prix NL

Tout le monde gagne avec le Pronostic PizziAMO !

Êtes-vous prêt pour le meilleur du foot et les meilleurs moments pizza du monde? Complétez votre Pronostic PizziAMO à chaque match des Belges. Vous serez gagnant à tous les coups !

Samsung QLED TV de 55 inch

1 des 11 PIZZIAMO PACKS par match des Belges

RÉDUCTION DE €1 sur une PizziAMO pour chaque participant

Pour gagner ces prix, il vous suffit d'entrer le pronostic le plus correct. Participez donc à chaque concours !

ATTENTION : votre pronostic doit être envoyé avant le début du match !

DONNEZ LE COUP D'ENVOI !

14 500 participations

"Notre objectif avec cette campagne était de créer le buzz autour d'un nouveau produit que nous venions de lancer et d'attirer les amateurs de pizzas que nous n'avions pas encore dans notre communauté. Une fois la première campagne de pronostic créée dans la plateforme par l'équipe Studio de Qualifio, nous n'avions plus qu'à la dupliquer pour les autres matchs. Nous avons planifié les heures de publication de chaque campagne, défini le message de fin des campagnes et informé les gagnants via la plateforme. Très rapide et facile !"

Valérie Deflandre - Digital Media Coordinator
@ Dr. Oetker



6 830
profils
collectés



Engagez vos audiences autour de vos produits, comme Volvic

Volvic est une marque d'eau vendue en bouteille qui appartient au groupe agroalimentaire français Danone.



Fidélisation de la clientèle



Notoriété de marque



Connaissance client

CE QUE VOLVIC A FAIT :

Afin de promouvoir sa gamme d'eaux aromatisées "Juicy", Volvic s'est associé aux stations-service de la compagnie pétrolière Total. Ensemble, ils ont créé un **test de personnalité**, publié sur le site de Total. Les participants ont ainsi eu l'occasion de gagner un week-end et de découvrir quel Volvic Juicy correspondait le mieux à leur personnalité.

12 400
profils collectés



RÉVEILLE TA PERSONNALITÉ
AVEC VOLVIC JUICY ET TOTAL



RÉPONDEZ AUX QUESTIONS
ET TENTEZ DE GAGNER L'UN DE NOS
3 WEEK-ENDS

Pour découvrir nos weekends cliquez-ici

PARTICIPER !

30%
taux d'opt-in



FÉLICITATIONS, TU ES VOLVIC JUICY FRUITS EXOTIQUES !

Amateur(rice) de sensations fortes, tu ne recules devant rien. Escalade, accrobranche, tyrolienne, tu es un(e) vrai casse-cou qui a continuellement soif de nouvelles aventures !

Lors de tes activités, désaltère-toi avec Volvic Juicy fruits exotiques : une boisson à l'eau minérale naturelle, au jus de fruits à base de concentré (4% d'ananas et 2% de mangue) et aux arômes naturels.



📱 DÉCOUVREZ VOLVIC JUICY FRUITS EXOTIQUES DANS NOS STATIONS ! *

f Je partage ce bon plan !

🐦 Je partage ce bon plan !

Pour être pris en compte lors du tirage au sort, les participants devaient d'abord répondre à quelques questions sur les vacances de rêve : montagne, mer ou campagne ? Pour quelle raison s'arrêteraient-ils à une station-service : café, produits locaux ou détente ? **Un bon moyen de connaître les attentes des clients et d'offrir les services appropriés.**

Deuxièmement, les participants devaient remplir un formulaire dans lequel une inscription à la newsletter de Volvic était proposée. Un message était ensuite affiché informant qu'ils étaient inscrits au tirage au sort, suivi de la boisson correspondant à leur profil. Un appel à l'action était également affiché dans l'écran de sortie, incitant les participants à partager leurs résultats sur Facebook ou Twitter et à découvrir dans quelle(s) station(s) ils pourraient trouver les produits de la gamme Volvic Juicy.





Éduquez vos consommateurs, comme **Millesima**

Millesima est un marchand de vins basé à Bordeaux. Ils proposent des sélections de vins de partout dans le monde.



Notoriété de
marque



Personnalisation
de l'expérience
client



Éducation au
produit

CE QUE MILLESIMA A FAIT :

Millesima a créé **un guide des vins interactif pour les repas de Noël**. Les internautes devaient indiquer le type de repas pour lequel ils souhaitaient recevoir des conseils (apéritif, entrée, plat, ou dessert) et le guide générait automatiquement le vin le plus approprié en fonction de leurs réponses. **Une excellente façon de présenter ses produits avec un contenu utile.**



Pour commencer, quel type de met souhaitez-vous découvrir ?



Les apéritifs



Les entrées



Les plats



Les desserts



Plus d'exemples de nos clients





JUSQU'AU 17 JUIN,

QUIZ PRINCE ! POUR LES HÉROS LES PLUS GOURMANDS.

RÉPONDEZ CORRECTEMENT À TOUTES LES QUESTIONS DU
QUIZ ET TENTEZ DE GAGNER L'UN DES LOTS MIS EN JEU :

3 packs de méga gourmand

1 sac à dos + 1 montre Prince
+ 8 paquets de biscuits Prince



50 packs de gourmand confirmé

1 sac à dos + 5 paquets
de biscuits Prince



100 packs d'apprenti gourmand

1 jeu de 4 porte-clés + 5 paquets
de biscuits Prince

LET'S MEAT

BBQ - TIP VAN DE WEEK

DE TANG OP HET VARKEN

Treat your meat, gebruik een barbecuetang.
Bovendien bespaar je er heel wat handelingen
mee en heb je zo een hand vrij, voor
die frisse Jupiler.

WIN EEN JUPILER BBQ-PAKKET

Barbecueën doe je niet alleen. Neem deel aan onze wedstrijd en
win een Jupiler BBQ-pakket* voor jezelf én je vrienden.

#LetsMeat

☒ Ja, ik heb kennis genomen van het reglement.

Neem deel !

MANNEN WETEN WAAROM

Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand

budgetslager

Pour le gagnant ?

Accrochez-vous. Direction la grosse pomme !
Préparez-vous à vivre un INCROYABLE voyage à New-York City avant la fin de l'année,
accompagné de votre voisin, votre collègue ou votre moitié ;)



RDV dans vos magasins préférés près de chez vous,
du 1^{er} juillet au 31 août.

FOU ! Prenez une photo de vous en poirier
avec nos recettes cet été
et tentez de **REMPORTER**
un voyage INÉDIT pour New-York.



☒ Je déclare solennellement sur la tête du bananier que : 1/ J'ai soufflé mes 10 bougies. 2/ J'ai lu 3
fois à l'endroit et à l'envers en faisant le poirier, le règlement très TRÈS officiel.

Postez votre photo

Votez pour votre photo préférée



3,2,1

Nesquik STUDIOS

[Règlement](#)

Pourquoi la vitamine D, présente dans Nesquik, est-elle importante ?

- ☐ Pour favoriser la concentration
- ☐ Pour l'absorption du calcium du lait ainsi qu'au maintien d'une ossature solide
- ☐ Pour donner un teint halé

[QUESTION SUIVANTE](#)



Avec un bon départ, tout est possible !



Conformément à la loi sur la protection des données à caractère personnel, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition concernant vos données. Si vous souhaitez faire usage de ce droit, veuillez nous contacter.



GRAND JEU TOP CHEF 

À GAGNER **PIERRE AUGÉ** & **10 INVITATIONS POUR 2**
S'INVITE CHEZ VOUS ET **DANS UN DES RESTAURANTS**
CUISINE POUR 10 PERSONNES **DES TOP CHEF**

[VOIR LE RÈGLEMENT](#)

POUR JOUER, JE SAISIS :

LE CODE BARRES 

PACK 6 X 1 LITRE PERRIER FINES BULLES
SAISISSEZ SANS ESPACE LE CODE BARRES CI-DESSOUS

CODE :

[JE VALIDE](#)





**Ga dankzij HLN als eerste
jouw Burger King uitproberen!**

Doe mee met onze wedstrijd en maak kans op een duoticket voor
de avant-première in Kuurne op 22/04 tussen 18u30 en 20u.



[KLIK HIER!](#)

[Prijzen](#) [Reglement](#)



Qu'est-ce que Qualifio ?

Qualifio est la plateforme de référence vous permettant de créer et de publier des campagnes marketing interactives (quiz, jeux-concours, enquêtes et 50+ autres formats) sur tous vos canaux et de collecter des données

Comment ça marche ?



CRÉEZ

Choisissez votre campagne interactive parmi plus de 50 formats, customisez-la de A à Z et sans aucune intervention technique



PUBLIEZ

En quelques clics, publiez votre campagne sur vos sites, apps, mini-sites dédiés et réseaux sociaux



OBTENEZ DES RÉSULTATS

Consultez et exportez les données et statistiques de vos campagnes en temps réel



SEGMENTEZ ET MONÉTISEZ

Connectez facilement la plateforme à vos outils marketing et data (CRM, DMP, outils d'emailing, Single Sign-On, Analytics, etc.)

www.qualifio.com

Vous voulez en savoir plus?

Réservez votre démo avec des exemples personnalisés

DEMANDEZ UNE DÉMO

Envie de recevoir plus de contenus de ce genre ? [Inscrivez-vous à notre newsletter](#) - conseils d'experts, études de cas, conseils RGPD, vidéos, webinaires gratuits et autre contenus de qualité envoyés directement dans votre boîte mail.



www.qualifio.com

