



« De la donnée à la décision : comment optimiser votre stratégie numérique »

L'opération QR code de VitaminWater



Qui est VitaminWater ?

Vitaminwater est leader des boissons fonctionnelles dans le monde et est présente dans plus de 25 pays.

La promesse :

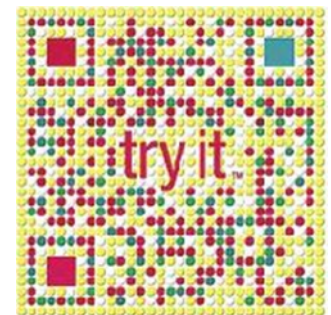
« Glacéau Vitaminwater est spécialement conçue pour aider les gens actifs à se sentir mieux, à donner le meilleur d'eux-mêmes, à vivre en étant hydraté, quand ils en ont envie.

En effet, chaque variété de Vitamin Water possède une combinaison unique de vitamines pour vous aider à être au top. Réveiller, renforcer, secouer... autant de promesses assurées par chacune des références de la gamme, comme un coup de pouce au quotidien ! »



Groupe Coca-Cola : surprendre et innover (en 2010!) avec un QRcode autour des boissons Glacéau Vitamin Water?

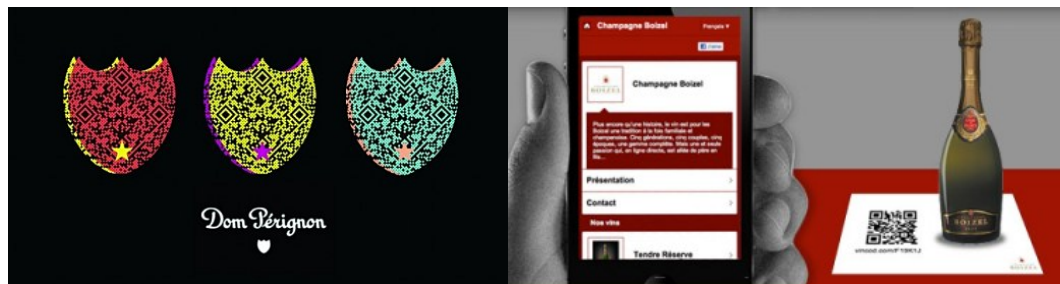
- **Vitaminwater** met en avant en 2010 avec le support d'**Orange** un QRcode, tout en couleurs qui permet aux mobinautes de retrouver sur mobile (smartphones) des contenus exclusifs
- comme les services de localisation des points de ventes vitaminwater
- les dernières expériences high-tech d'hyper-réalité issues de l'internet des objets (dégustation virtuelle, hypercontenus inédits).
- Interactivité : jeux, votes, cadeaux à gagner...
- Les flashcodes sont présents sur les véhicules, prospectus de la marque, sur les bouteilles.
- **Trouvez un point de vente Vitaminwater grâce au Flashcode**
dans Distribution le 22/01/2010 (<http://www.flashcode.fr/2010/01/trouvez-un-point-de-vente-vitaminwater-grace-au-flashcode/>)



Les Qrcodes dans le vins : des 100aines de résultats sur le web

■ Approche PLV (ex lors d'un salon)

- Des cartes de visite à transmettre aux visiteurs avec un QR code renvoyant sur la liste des vins.
- Des collerettes à apposer sur le col de vos bouteilles
- Un sticker prêt à l'emploi avec le QR code d'un vin à apposer sur le dos de vos bouteilles.
- Un set de dégustation. Cela consiste en une feuille A4 avec un emplacement pour la bouteille et le QR code imprimé dessus. Le consommateur flashe alors le code du vin qu'il déguste pour en savoir plus.
- etc



<http://blog.vincod.com/2011/06/comment-toucher-tout-vos-visiteurs-lors-dun-salon>
<http://www.les-filles-du-marketing.com/2012/04/marketing-sectoriel-le-cas-du-champagne.html>
<http://www.tagdevin.com/>



Les Qrcodes dans le vins : des 100aines de résultats sur le web

▪ **Approche 2.0 : (ex facebook)**

- QR Codes dont le scan ouvrira directement une page aux couleurs Facebook permettant au visiteur de devenir votre fan en un seul clic.



▪ **Dans ce cas le QRcode permet de livrer une information :**

- de présenter son produit, son terroir, ses valeurs, son savoir faire, son éthique, les **photos** du domaine, la **fiche technique** du millésime, une **vidéo** de dégustation pour les néophytes, des **accords mets et vins**, les **avis** des autres consommateurs, etc.
- De se présenter dans **plusieurs langues**.

Comment bien communiquer avec un QRCode

- Pointer vers un site web au format mobile
 - Ergonomie dédiée au terminal (principalement les Smartphones)
- Inciter vos consommateurs à scanner et leur dévoiler l'information derrière le code
- Fournir un contenu dédié
 - Donner un accès direct aux messages que l'on veut faire passer
 - pas de navigation, pas de recherche, pas de profondeur de site (1 niveau max)
- Évènementiel ou pérennité de l'information?
 - Le code physique perdure dans le temps...quid du contenu?
 - un code sur un leaflet = durée de vie de la campagne de com
 - un code sur une voiture, une enseigne = on peut animer le contenu sans changer le code
 - un code sur une canette de soda a une DLC....pas une bouteille de vin.

Deux points à vérifier : la pérennité de l'hébergement et la thésaurisation du code



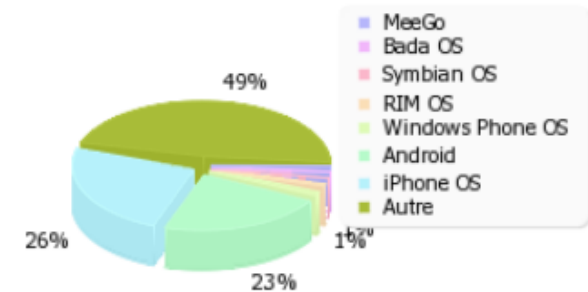
Le QR Code c'est fun...mais améliorer sa connaissance client, c'est mieux!

- Statistiques de consultation, Géomarketing & Statistiques socio-démographiques
- **Des statistiques classiques de consultation :** mesurer le comportement de vos consommateurs à travers l'action que vous lui faites réaliser en flashant le QR Code.

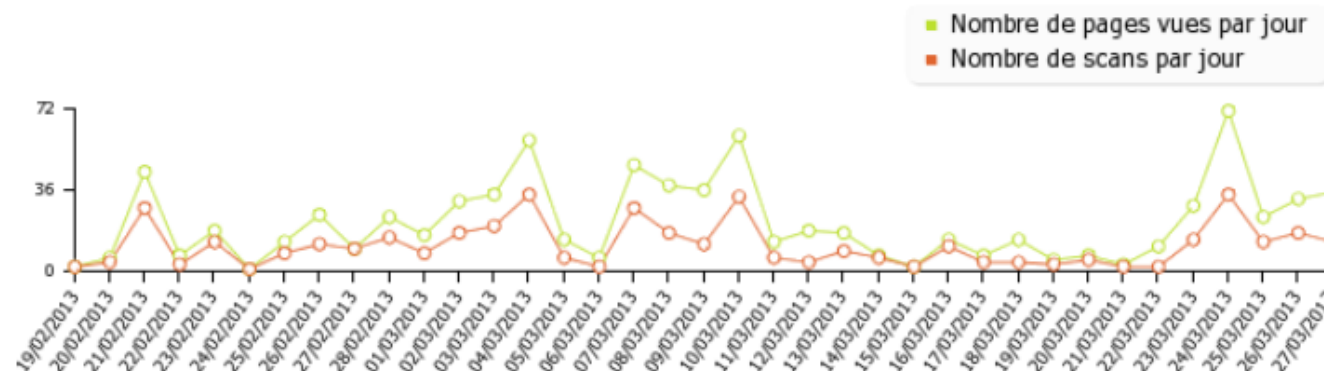
Nom de la campagne : Sarlat Visioguide
Nombre de pages de la campagne : 45
Nombre de médias : 136
Nombre de Tags : 100

Nombre total de pages vues : 549
Nombre total de scans : 422
Dont provenant de scans de code 2D : 414
Dont provenant de scans de Tags NFC : 8

Répartition des scans par OS



Nombre de connexions

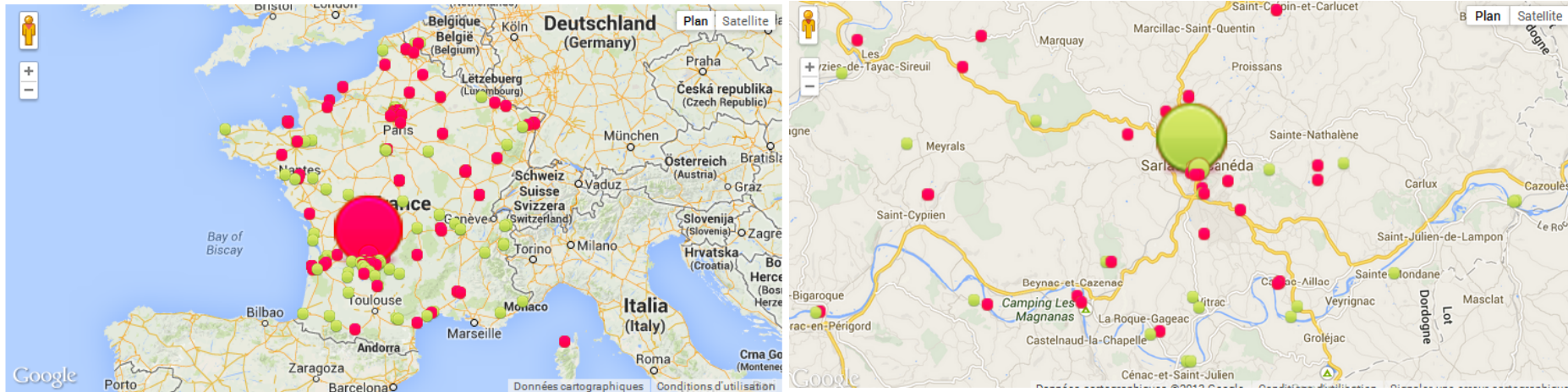


Mars 2013



Le point indiqué sur la carte correspond à la position de l'utilisateur qui a scanné le Tag ou accédé à la page mobile.

Répartition géographique des connexions 



Information disponible uniquement pour les utilisateurs connectés depuis le réseau mobile Orange

- **La répartition géographique des connexions * peut**
 - aider à mieux comprendre où sont vos consommateurs
 - à mieux comprendre la géographie de votre distribution
 - à avoir une première approche pour comprendre les périodes de consommation*



*Information disponible uniquement pour les utilisateurs connectés depuis le réseau mobile Orange

Résultats statistiques obtenus à partir des connexions au réseau mobile Orange (donc hors connexions Wi-Fi notamment) des clients mobile Orange Grand Public (donc hors professionnels) ayant consulté votre site, sur la période sélectionnée.

Appliquer un filtre : aucun scans pages vues

Valider

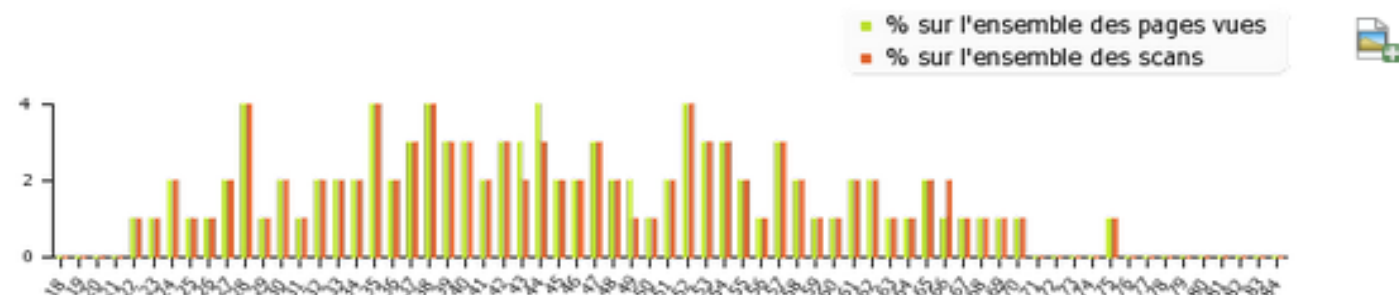
age : région : sexe :

18
22
23

01
02
03

Maintenez appuyée la touche CTRL ou ALT pour sélectionner plusieurs valeurs

Répartition des utilisateurs par âge



Répartition des utilisateurs par sexe sur l'ensemble des pages vues

■ Femme
■ Homme



Répartition des utilisateurs par sexe sur l'ensemble des scans

■ Femme
■ Homme



Merci.