

## Le marketing mobile, nouveau média chez Yves Rocher

**Paris, le 13 mars 2008 - Yves Rocher intègre, avec Ocito, le marketing mobile à sa stratégie de marketing relationnel.**

Depuis début 2007, Ocito accompagne Yves Rocher dans la mise en place de sa stratégie de marketing mobile. Ocito a mis en œuvre avec les équipes marketing de la marque des campagnes qui ont permis de positionner le marketing mobile par rapport aux autres solutions de marketing relationnel utilisées par la marque.

### **Le marketing mobile a été testé dans plusieurs domaines :**

- Améliorer l'efficacité des mailings de prospection,
- Développer le chiffre d'affaires des clientes existantes,
- Optimiser le coût et la qualité des services clients,
- Développer la fidélité et la reconnaissance des clientes à la marque.

Ces premières campagnes consistent essentiellement en une combinaison des technologies SMS, MMS et Internet Mobile.

### **Un exemple de campagne : le lancement de Luminelle Axe Tendance**

Luminelle Axe Tendance est une gamme de produit à destination des 16/25 ans. A l'occasion de son lancement, Ocito a mis en place une importante campagne de marketing mobile SMS, MMS, Internet Mobile et Web afin de créer du trafic dans les 600 magasins de l'enseigne en France.


La campagne reposait sur une offre promotionnelle à destination des clients. En amont de la campagne, Ocito a travaillé avec Yves Rocher et les opérateurs pour mettre en place un plan fichier adapté à chaque technologie (par exemple les MMS n'ont été envoyés qu'à des clientes compatibles MMS).

### **Quatre opérations de marketing mobile ont été mises en place :**


- 60 000 SMS avec un bon de réduction à présenter en magasin pour bénéficier de l'offre,
- 30 000 MMS multislid (enchaînement animé de six vignettes) présentant le produit mais aussi le code promotionnel à présenter en magasin,
- 30 000 liens cliquables (*push wap*) avec un rebond vers un site Internet Mobile,
- Un module d'envoi de SMS depuis le web (*web to SMS*) permettant de déclencher de la viralité.

Au-delà de l'offre relayée sur sa page d'accueil, le site Internet Mobile permet de trouver le magasin Yves Rocher le plus proche, d'envoyer le bon plan à une de ses amies...

**Push SMS**




**Site Internet Mobile**




**Push MMS**


Slide 1




Slide 2



Slide 3



Slide 4



**Web to SMS**



**Les principaux retours quantitatifs de cette campagne sont :**

- Le MMS et le SMS ont une efficacité comparable,
- Le taux de retour pour les clientes qui ont visité le site Internet Mobile est le double de celui du SMS,
- La viralité via le web to SMS est importante puisque 20% des amies qui ont reçu le bon plan ont acheté en magasin; ce taux atteint 70% pour le site Internet Mobile !
- Le taux de désinscription est inférieur à 2%.

Cette campagne a montré que le mobile est un média réactif qui permet à la fois de créer du ROI mais aussi de contribuer aux valeurs de la marque.

### A propos d'Ocito

*Ocito, spécialiste du marketing mobile depuis mai 2002, propose à ses clients une approche complète : conseil, développement, hébergement et raccordement direct aux réseaux des opérateurs mobiles. Les solutions d'Ocito s'adressent aux entreprises (annonceurs et leurs agences), aux médias et éditeurs de services et aux acteurs du mobile multimédia. Ocito compte parmi ses principaux clients : la RATP, France Loisirs, la SNCF, Radio France, Yves Rocher, Mappy, Crédit Agricole... Plus d'info sur [www.ocito.com](http://www.ocito.com)*

### A propos de Yves Rocher

*Créateur de la COSMETIQUE VEGETALE® Yves Rocher s'engage depuis 50 ans à rendre la beauté accessible à toutes les femmes. Accessibilité économique, géographique, services offerts sans distinction d'âge, de classe sociale ou de lieu d'habitation. Au-delà des produits, c'est un état d'esprit. Et si elles sont aujourd'hui 30 millions dans 80 pays à lui faire confiance, c'est parce qu'Yves Rocher a toujours fait de la proximité avec ses clientes une priorité. Chaque femme est unique et Yves Rocher s'engage à lui offrir des conseils et des services sur mesure et à nouer avec elle une relation directe, personnalisée et privilégiée. Sans intermédiaire, la beauté est plus proche.*

Contact Ocito : Benoît Corbin, 01.53.43.08.33, [benoit.corbin@ocito.com](mailto:benoit.corbin@ocito.com)

Contact Yves Rocher : Emily Le Moul, 01.41.08.53.64, [emily.le-moul@yrnet.com](mailto:emily.le-moul@yrnet.com)