



Garder le contact avec ses publics même lorsque l'entreprise est fermée ?

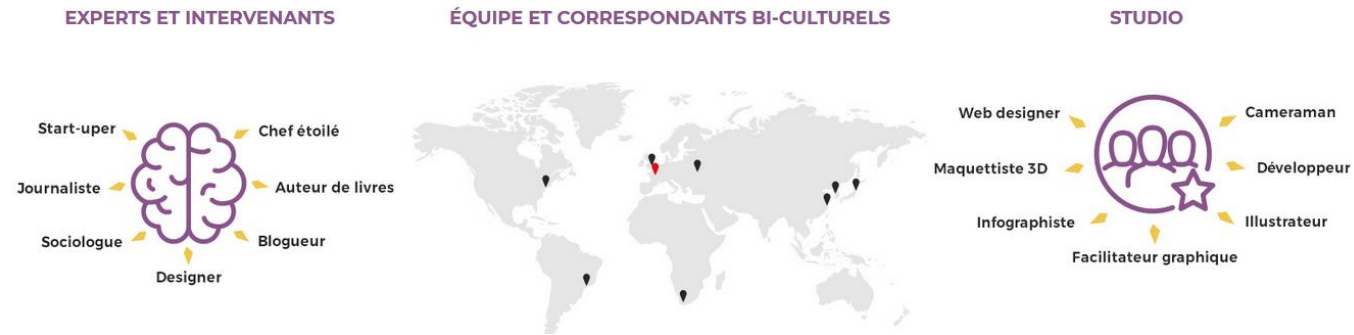
*Approches inspirantes
pour le brand content*

Martine Ghnassia



InCapsule est l'entité d'IFOP dédiée aux **tendances marketing et au conseil en innovation**, elle intervient de façon indépendante ou en complémentarité de protocoles études grâce à des démarches hybrides.

UNE ORGANISATION EN RÉSEAU



NOS CHAMPS D'INTERVENTION

Nous accompagnons nos clients de l'inspiration à la transformation des tendances en concepts propriétaires.



<https://incapsule.ifop.com>



@incapsulebyifop





Sélection de 10 pratiques émises par des acteurs exemplaires durant cette période inédite.

Ils ont tous activé les piliers clés de la marque : engagement, relation, service, expérience, expertise métier... en accord avec leur ADN de marque et d'entreprise.





#1

**EXPRIMER SON ENGAGEMENT
ENTREPRENEURIAL
AU SERVICE DU COLLECTIF
DE FAÇON HUMBLE**

**When business
as usual becomes
unusual.**



March 27, 2020

A Message to Our UNIQLO Community

Our priority during these challenging times is the health and safety of our customers, employees and communities around the world.

To help combat the spread of COVID-19, UNIQLO parent company Fast Retailing has enlisted the support of its manufacturing partners to procure 10 million masks that will be donated to high-priority medical facilities worldwide. And our aim is to provide more assistance as specific needs become clear.

At this time, we share our deep respect for the many people who are providing care for those affected.

We wish you and your family to stay healthy and well.

UNIQLO

LVMH, Kering, Chanel, Prada, Inditex (Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti), Mango, Uniqlo, Unilever, Procter & Gamble Co, Coty... ont annoncé mettre leurs chaines de fabrication au service de la production d'équipements de protection individuelle, qui seront fournis aux hôpitaux et au personnel du secteur de la santé.

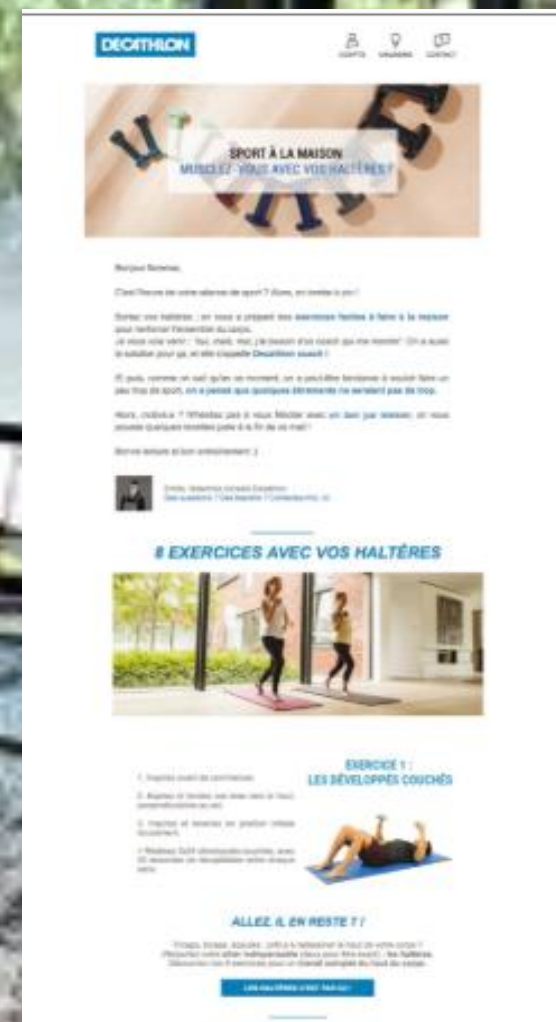
L'égérie Roger Federer a partagé un message d'Uniqlo sur sa page Facebook et a déclaré: "Merci pour votre soutien" pour la production de 10 millions de masques.



2

SE TRANSFORMER EN COACH DE TEMPS DISPONIBLE

E Club de Decathlon : Decathlon propose 30 jours gratuits puis 9 euros par mois; ou 60 euros à l'année, pour accéder à une chaîne en direct et en replay de plus de 1000 cours exclusifs filmés en direct du Domyos Fitness Club. Un moyen pour la marque de rester présente auprès de ses clients, et d'utiliser à bon escient les datas de ses clients en leur poussant des contenus vidéos adaptés à leurs achats. Les utilisateurs de E Club Decathlon ont été multipliés par 4 et le nombre de vidéos visionnées a triplé pendant la 1ère semaine de confinement.



3

MENTORER À L'ACQUISITION DE GESTES PRO

Ma Visio Color by christophe-nicolasbiot

Bonjour, j'ai besoin de ma couleur mais je ne peux pas me déplacer. Comment puis-je faire ?

Bonjour, nous proposons un RDV en Visio au téléphone, et une expédition de votre couleur en 1h pour Paris, pour le reste de la France, dès le lendemain. A très bientôt.

par 10/21

Mon Visio Diagnostic



1. Planification d'un call/Visio
2. Live Diagnostic, conseils d'application
3. Expédition express 1h pour Paris, par transporteur pour le reste de la France.



Ma Couleur en livraison

MON DIAGNOSTIC

- Votre diagnostic Pro
- Les conseils d'application
- Le couleur à livrer
- Le matériel professionnel (Bad + gants + gant)

Tout droit de couleur + application

CONVENTIONNELLE

- 1 tube coloration + 1 tube oxydant

25,00 €

SEMI PERMANENT

- 1 flacon Color Fresh

40,00 €

VÉGÉTALE

- 1 pot de végétale 50 grs

45,00 €

Tout droit de couleur

christophenicolabiot.com

Pour accompagner ses clientes pendant cette période de confinement, **Christophe-Nicolas Biot a lancé "Ma Visio Color"**. Le spécialiste de la coloration offre ses conseils de coloration en direct et en vidéo. En attendant pouvoir retourner au salon, chaque cliente peut prendre rendez-vous par mail, en précisant ses coordonnées. Une fois le créneau horaire fixé, celle-ci est ensuite rappelée par le spécialiste, le plus souvent via FaceTime ou WhatsApp. Un diagnostic est alors établi, et la méthode d'application de la couleur scrupuleusement détaillée. A l'issue de la consultation, une vidéo de démonstration est envoyée.

DIY Haircut a eu +221% d'augmentation de recherches sur Google depuis ces dernières semaines de confinement.



4

TRANSFÉRER SON EXPERTISE
AU GRAND PUBLIC,
ET LE TUTORER

TOUS^{EN}
CUISINE
EN DIRECT

AVEC

CYRIL LIGNAC

liste de courses

du lundi 13 au vendredi 17 avril



*Parce que la santé des français est prioritaire, **Cyril Lignac** avec **Tous en Cuisine en direct**, donne rendez-vous tous les jours sur M6 à partir de mardi 24 mars à 18:45 pour cuisiner en direct et vivre une expérience inédite & interactive. Afin de limiter au maximum les déplacements à l'extérieur des citoyens et ainsi respecter les consignes de sécurité sanitaire, il met à disposition la liste des ingrédients pour l'intégralité des recettes de la semaine, afin de pouvoir faire les provisions en une seule fois.*



5

RÉVÉLER LES SECRETS
DE SES PRODUITS ICONIQUES
ADAPTÉS AUX BESOINS
DE LA CONSOMMATION
« CONFINÉE »



Alors que les restaurants sont fermés depuis le 14 mars, **Burger King** multiplie les campagnes pour inciter les gens à rester chez eux, en dévoilant la recette du Whopper, du Steakhouse, du Big King et du Big Fish à faire la maison, puisqu'on doit **#RestezChezVous** ! Et en rappelant ainsi la valeur de comfort food de ses produits.



6

**DIVERTIR SON PUBLIC
EN LE FAISANT ENTRER
DANS SES COULISSES
ET EN LE RENDANT ACTEUR**



#BalmainEnsemble: le projet digital participatif d'Olivier Rousteing. Pour se divertir pendant le confinement et remercier ses fans pour leur soutien sans faille saison après saison, Olivier Rousteing lance #BalmainEnsemble, un projet créatif digital participatif qui explore les inspirations, secrets de fabrication et histoires de la maison française et invite également certains de ses artistes et amis, la Balmain Army.



7

UTILISER LES RESSORTS DU JEU
POUR FAIRE VIVRE DES
EXPÉRIENCES
AUJOURD'HUI IMPOSSIBLES



*En cette période de confinement, **Lego** multiplie ses partenariats avec les constructeurs automobile pour proposer des reproductions de voitures existantes en miniature à construire. La construction de voitures Lego est un bon moyen de se distraire, de faire fonctionner ses méninges, de vivre sa passion de l'automobile et de partager des moments avec ses enfants durant ce temps de confinement.*



The Belgravia Tea Party daily at 3pm

6

RESTAURER DES RITUELS
DE CONVIVIALITÉ
ON LINE



Eccleston Yards (Londres) : au cœur d'une Urban Community, Eccleston Yards est le poumon de Victoria Station –Belgravia Area et un lieu hybride, composé de 19 espaces différents : immeuble de coworking, boutiques de vêtements, bien-être, restaurants, sport, cours de yoga, coiffeur, events pour réunir la communauté urbaine. Pendant la période de confinement, invitation des membres de la communauté de fans et plus largement par Zoom à participer à un **Tea Party** chaque jour.



COMPTOIR DES VOYAGES

L'immersion, la plus belle façon de voyager



9

PROPOSER DES EXPÉRIENCES
DE SUBSTITUTION



Repenser la pause-café

Comptoir des Voyages inspire son public à voyager de chez soi via des recettes de cuisine, des rituels conviviaux proposant une série de recettes de cuisine repensées par ses greeters et bloggers. Une façon de renouveler de chez soi ces instants plaisir sur Skype ou en solitaire.



10

CRÉER DES CONTENUS
ADAPTÉS AUX
DÉSAGRÉMENTS DE LA
DISTANCIATION SOCIALE

Meetic accompagne les célibataires prêts à commencer une vraie histoire, en lançant son premier podcast : « Amour & Confinement ». Réalisé par Pénélope Bœuf (de la Toile sur écoute) le podcast est diffusé tous les jours du lundi au vendredi, et traite de diverses thématiques liées au célibat et au couple pendant le confinement. On encourage à faire le ménage de printemps sur son profil, à réinventer son couple, à miser sur le « sexting » pour palier les contacts physiques ou encore à opter pour le « slow dating ».



Sélection de 10 leviers



- 1.** Exprimer son engagement entrepreneurial au service du collectif de façon humble,
- 2.** Se transformer en coach de temps disponible,
- 3.** Mentorner à l'acquisition de gestes pro,
- 4.** Transférer son expertise au grand public et le tutorer,
- 5.** Révéler les secrets de ses produits iconiques pour la consommation « confinée »,
- 6.** Divertir son public en le faisant entrer dans ses coulisses et en le rendant acteur,
- 7.** Utiliser les ressorts du jeu pour faire vivre des expériences aujourd'hui impossibles,
- 8.** Restaurer des rituels de convivialité online,
- 9.** Proposer des expériences de substitution,
- 10.** Créer des contenus adaptés aux désagréments de la distanciation sociale.



Et d'autres leviers...

Intelligence collective

Entraide

Good brand

Collaborations

Géolocalisation

Humilité et empathie

Solidarité

Tips

www.incapsule.ifop.com

