

L'acteur du café bio en stratégie multi-leviers

RÉPONDRE AUX OBJECTIFS

- Travailler la notoriété de la marque Cafés Méo
- Mettre en avant les 3 gammes : Moulu, Grain et Dosette
- Recruter de nouveaux acheteurs sur la catégorie

AVEC UN PLAN COMPLET

- Couvrir 100% du parcours shopper home-page, rayon, mots-clefs
- Activer le funnel marketing : de la notoriété à la conversion
- Multiplier les points de contact sur 6 semaines d'activation



RÉSULTATS



INVIEW

1,1 M

d'impressions sur le parcours client home-page + rayon + search

SPOTLIGHT

ROAS

4,46



ENGAGE : 51% DU CA RÉALISÉ SUR DU RECRUTEMENT

71 %
de clients recrutés

16 %
de clients réactivés

13 %
de fidèles incrémentaux