

25.02.2011 – 10:00 Uhr

Migros et ses clients créent une nouvelle confiture

Zürich (ots) -

«Quelle nouvelle variété de confiture donnerait une note automnale particulière au petit-déjeuner?» C'est la question que Migros pose à ses clientes et clients sur www.migipedia.ch. Le but : mettre en vente une confiture originale qui donne envie de savourer sa tartine et de prolonger le petit déjeuner. C'est, pour le plus grand détaillant suisse, une manière de poursuivre très logiquement et systématiquement sur la voie choisie : Migros mise sur les suggestions et idées collectées sur la plateforme Migipedia et les concrétise. A l'avenir, Migros réalisera le processus d'innovation en plus étroite collaboration avec sa clientèle.

Se prélasser au petit déjeuner, savourer ses tartines à la confiture, prendre son temps... une jolie habitude passée de mode sous l'effet du stress de notre époque. Les jeunes consommateurs avalent leur energy-drink du matin à toute vitesse et le père de famille son sandwich des 9 heures. De sorte que les rayons de confiture des magasins restent désespérément garnis. Soucieuse d'innover, Migros veut créer une sorte de confiture originale.

Par la Community-Plattform Migipedia, elle demande à sa clientèle de lui fournir des idées de nouvelle saveur pour une confiture innovatrice. « Ce n'est pas un concours mais un plaisant exercice de créativité. Réaliser ensemble une création originale vouée au succès sur les rayons des magasins Migros, voilà l'intention! » précise Oskar Sager, responsable Marketing FCM.

Migros ne se contente pas d'écouter ses clients, elle répond à leurs souhaits et concrétise leurs idées - pas pour la première fois, loin de là. L'ice-tea en PET par exemple, résultat d'une suggestion de client suivie d'un sondage sur Migipedia avant son admission dans l'assortiment, a dépassé toutes les attentes du géant orange. Même succès sensationnel du thé appelé "Infusion de la félicité", développé par Bina à partir des résultats d'un remue-méninges de la Community. «Ces réussites montrent que les clients souhaitent participer à la vie de Migros. Ce qu'ils proposent recèle un potentiel énorme» affirme Sager. Voilà pourquoi Migros est fermement décidée à développer de nouveaux produits en collaboration avec sa Migipedia-Community.

«Quelle nouvelle variété de confiture donnerait une note automnale particulière au petit-déjeuner?» Telle sera la question posée dans un premier temps pour la collecte des idées. Un jury composé de clientes et clients Migros ainsi que de spécialistes Migros du développement de produits et du Category Management les trieront et sélectionneront un petit choix des meilleures suggestions. Cette liste fera l'objet d'un sondage sur Migipedia, et c'est ainsi que la Community procédera au choix définitif. Car en effet, la saveur ayant remporté le plus de suffrages sera proposée dès octobre sur les rayons en qualité de nouveauté de cet automne.

Durant la phase de développement, des membres choisis de la Migipedia-Community participeront à un premier test de saveur et pourront émettre leur avis. Clôture de la collecte de suggestions : le 15 mars 2011.

En associant les clients à la recherche d'idées, à un scrutin sur le choix du produit et à son développement, Migros concrétise, avec le recours aux possibilités des médias sociaux, l'idée coopérative. A l'avenir, chaque produit développé ainsi portera l'étiquette "Développé par des clients".

Le dialogue avec la clientèle caractérise Migros depuis ses origines. Tout au début de son histoire et de sa réussite, Gottlieb Duttweiler avait eu l'idée d'aller à la rencontre des clientes et clients avec ses camions. De jeter un pont entre le producteur et le consommateur. Aujourd'hui, Migros n'a plus de camions-magasins - mais elle dialogue avec sa clientèle dans l'Internet. Grâce à Migipedia, le pont se fait désormais virtuel.

Migipedia - Migros innove Sur www.migipedia.ch, les clientes et clients Migros ont la possibilité depuis juin 2010 de dire leur avis sur quelque 5700 produits Migros actuels, de formuler des souhaits et de poser des questions. Le site Internet actuel est une version beta en développement continu.

Kontakt:

Martina Bosshard, porte-parole pour les médias FCM, tél. 044 277 20
67, martina.bosshard@mgb.ch
www.migros.ch
www.migipedia.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100619837> abgerufen werden.