

19.05.2011 – 11:02 Uhr

## Les clients de Migros souhaitent, modifient et développent: Migipedia fait des vagues

Zürich (ots) -

Il a une année à peine, Migros lançait sa plateforme des clients Migipedia. Depuis, Migros a engrangé des dizaines de milliers de commentaires de félicitations, critiques, souhaits et propositions d'améliorations. L'appel de détresse le plus fort durant cette période - plus de 300 messages sur Migipedia - a été de ne plus trouver les Wave Chips M-Budget qui avaient disparu des magasins Migros en 2009. Ce cri a été entendu. Dès le 19 mai, ces chips si prisés seront à nouveau disponibles dans tous les magasins, en paquet de 150 g à 2.40 CHF. Migros ajoutera en cours d'année d'autres produits que les clients ont désiré et développé.

«S'il te plaît Migros, redonne-nous les chips ondulés. C'étaient les meilleurs de tous les temps.» nous écrit une utilisatrice désespérée de Migipedia. Alors que les Wave Chips M-Budget avaient disparu des rayons, les clients de Migros ont fortement exprimé leur frustration. Ils se sont alors défoulés sur Migipedia, trouvant le renfort d'un groupe Facebook réclamant le retour de leurs chips adorés. Bonne nouvelle pour tous les accros de ces chips: ils feront leur retour sur scène - les rayons Migros - dès le 19 mai.

«Alors que nous lançons, il y a à peine un an, la plateforme des clients Migipedia, nous avons un objectif précis: être à l'écoute de nos clients et, autant que possible, réaliser leurs souhaits. Nous avons ainsi enregistré plusieurs succès, par exemple l'Ice Tea en bouteille PET. Nous sommes très curieux de voir comment d'autres "produits de clients", par exemple le projet en cours des confitures, seront perçus et reçus.» précise Markus Gisiger, chef Marketing Food.

Ce que client veut

Les fans du Vanilla Coke peuvent également se réjouir: le souhait pour cette boisson sucrée a reçu le plus de suffrages de la Community lors du concours d'idées Migipedia de l'année dernière. Et déjà 34'400 fans se sont manifestés à leur page de Facebook: «Nous voulons à nouveau le Vanilla Coke!». Migros a aussi réagi à cet appel en réintroduisant cette boisson le 18 mai dans les plus grands magasins avec la cannette de 250 ml à 95 centimes.

Autre point fort, le Monopoly «Migrosopoly» de Migros - lauréat du jury du concours d'idées Migipedia - sera probablement lancé en automne sur le marché. D'autres produits suivront au cours des prochains mois.

Produits développés par les clients

«Bouchée à la fraise» et «Ravissement automnal»: ce sont les deux nouvelles confitures que Migros introduira au début de septembre, imaginées et développées par ses clients jusqu'à la décision de Migros de les produire. Ainsi, le plus grand détaillant de Suisse poursuit-il de manière conséquente sur la voie qu'il a balisée en se manifestant sur les médias sociaux Migipedia, Facebook et Twitter. Chaque produit développé de concert avec les clients portera la vignette «Développé par les clients!». D'ici à la fin de l'année, Migros cherchera ainsi d'autres produits avec le concours de ses clients.

«C'était meilleur avant»

Il importe à Migros d'optimiser constamment également les produits existants et de se mettre à l'écoute de l'opinion des clients sur les adaptations nécessaires. Par exemple, avec l'amélioration du papier de ménage M-Budget, dont la Community Migros a rejeté la nouvelle qualité, l'exprimant par maintes réclamations sur Migipedia. Ces voix de la raison ont été entendues et le papier de ménage M-Budget "ancienne qualité" sera à nouveau disponible dans les magasins au cours du mois de juin.

Migipedia - Migros emprunte de nouvelles voies

Sur [www.migipedia.ch](http://www.migipedia.ch) depuis juin 2010, les clients de Migros peuvent exprimer leur opinion sur actuellement environ 6000 produits, manifester leurs souhaits ou poser des questions. Ce website fonctionne en ce moment comme version Beta et sera couramment développé. Migipedia a été désigné en 2011 comme le meilleur site web suisse (Best of Swiss Web).

Le dialogue avec les clients est né avec Migros, dans le même berceau. Tout au début du formidable essor de Migros, Gottlieb Duttweiler allait à la rencontre de ses clients au volant de son camion-magasin. Duttweiler désirait tant lancer une passerelle entre les producteurs et les consommateurs. Les camions-magasins Migros ont disparu aujourd'hui, mais pas le dialogue avec les consommateurs qui se poursuit sur 'Internet. MMigipedia, c'est la nouvelle passerelle virtuelle que Migros lance vers ses clients.

Des photos sont téléchargeables sur [www.migros.ch/medien](http://www.migros.ch/medien).

Contact:

Martina Bosshard, porte-parole FCM, tél. 044 277 20 67,  
[martina.bosshard@mgb.ch](mailto:martina.bosshard@mgb.ch), [www.migros.ch](http://www.migros.ch), [www.migipedia.ch](http://www.migipedia.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100625263> abgerufen werden.