

Krys.com : une campagne interactive full-service avec des performances record

Paris, 26 janvier 2009 – groupeReflect orchestre une campagne interactive innovante pour Krys, enseigne leader du groupe Guildinvest, et génère une performance record sur la cible des 25-49 ans

C'est en juin 2008 que Krys décide d'afficher encore plus clairement sa volonté de dédramatiser le port des lunettes en le rattachant à un univers de beauté, de transparence et de valorisation de soi. Les objectifs du n°2 de l'optique français en parts de marché (13%) passent par une meilleure visibilité de l'enseigne sur Internet et le recours à une expérience utilisateur originale visant à communiquer cette promesse.

Côté business, il s'agit de créer du trafic chez les opticiens au travers d'un lien fort entre le support Web et les points de vente.

Dès le début du projet, groupeReflect est chargé d'accompagner l'équipe de communication de Krys dans l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie digitale globale :

1. Conception et développement du site : des services interactifs innovants

Au-delà des dimensions graphiques et ergonomiques qui apportent une touche de modernité et de convivialité à la marque en ligne, groupeReflect axe la démarche sur l'expérience utilisateur et les services susceptibles de le guider efficacement dans ses choix et ses achats. Sa collaboration avec Fitting Box permet la création de services interactifs innovants :

- une version améliorée du module d'essayage de montures en ligne,
- un simulateur de prix à partir de la gamme de verres Krys,
- la création d'un espace personnel permettant à l'utilisateur d'organiser ses informations (lunettes essayées, opticien le plus proche, historique de ses simulations, etc.).

MONTURES

Toutes les montures

Par critères **Par marques**

Discrète Visible

Arrondie Angulaire

Métal Plastique

Prix de la monture

29 160

29 160

Changer

Mon bon de réduction
– 10% sur mes prochaines lunettes*

*voir rubrique conditions des offres

Les [K] - Adele Pepe Jeans - ALLIE PJ7026 Les [K] - Amalia

Les [K] - Aviva Pepe Jeans - AVRIL PJ5014 Pepe Jeans - CARNIVAL PJ7017

Les [K] - Cassiopée Pepe Jeans - CASTILLE PJ7016 Les [K] - Celestia

page 1 / 6

MA SÉLECTION / RÉDUCTION

En ajoutant des montures à votre sélection, vous pouvez simuler le prix de vos lunettes (monture + verres) et obtenir un **bon de réduction** :

Demandez l'avis de vos amis Simulez le prix de votre sélection

2. Génération de trafic : campagne et médiaplanning digitaux



groupeReflect orchestre une campagne digitale en écho à la campagne télévisée, diffusée du 3 au 24 décembre 2008. Les objectifs en termes de taux de conversion et de coûts d'acquisition sont clairement établis, et guident le dispositif. La campagne est déclinée sous différents formats, allant de bannières à des spots de 15 secondes sur MSN Vidéo, en passant par l'habillage des pages d'accueil de Libération et MSN Actualités. Une mécanique d'acquisition de contacts est notamment élaborée combinant astucieusement essai et bon de réduction.

« Au-delà des résultats record, groupeReflect a mis en œuvre pour Krys un business model efficace, pertinent et performant au service de notre stratégie » déclare Laurent Maucort, Directeur de l'enseigne.

Les résultats sont effectivement au rendez-vous : des taux de conversions record par rapport aux objectifs initiaux, allant jusqu'à **rente fois les prévisions** sur des media tels que Windows Live ou le Top 300 ; et **un coût d'acquisition divisé par deux** par rapport aux prévisions.

« Nous sommes confiants quant aux dispositifs que nous mettons en place » explique Manuel DIAZ, CEO de groupeReflect, « Nous n'hésitons pas à lier nos coûts médias avec la performance de nos plans au service de nos annonceurs et de leurs indicateurs business. La créativité n'est qu'un maillon sur la chaîne de la réussite médiatique online. Aujourd'hui, le support digital doit être avant tout pensé en termes de performance et de bonne utilisation des budgets. C'est ce que nous avons mis en œuvre. »

Plus d'info ?

Amandine FEIX-VILLAIN
Communication Manager groupeReflect
Tél: +33 (0)5 55 35 04 36
E-mail: amandine.feix-villain@groupereflect.net

Nom chez Krys
Titre
coordonnées

A propos de groupeReflect:

Née avec le web, groupeReflect est une agence interactive « full service » qui combine réflexion stratégique, innovation et performance au service de ses clients parmi lesquels de grandes marques telles que Nike, Krys, L'Oréal, Panasonic ou encore Libération. Forte d'une expérience de plus de dix ans, l'agence a développé une expertise pointue en matière de technologies émergentes, de mécaniques de viralisation, d'usages web et d'indicateurs de performances permettant au digital d'être un véritable relai de croissance en adéquation avec les objectifs business. groupeReflect est membre du réseau européen Emakina coté sur Alternext d'Euronext Bruxelles (mnémo : ALEMK).

A propos de Krys :

N°2 de l'optique français en parts de marché (13%), Krys développe depuis 40 ans son expertise dans les domaines de l'optique et de l'esthétique. Convaincu que la beauté et le bien-être visuel doivent être abordables pour tous, Krys propose une démarche axée sur la transparence et l'accessibilité. Krys saisit l'air du temps pour répondre aux attentes de ses clients, et s'engage, par le biais de son réseau d'opticiens, à délivrer un service personnalisé de qualité.

A propos de Fitting Box :

Société d'éditions de logiciels de réalité augmentée, Fitting Box propose des solutions d'essayage virtuel de lunettes pour l'Internet. Convaincue que l'expérience d'essayage et plus largement d'achat peut être reproduite et même améliorée sur Internet au bénéfice du consommateur et de l'opticien, Fitting Box se positionne comme le moteur de la révolution numérique dans l'industrie de l'optique.