Consumer Videos

Comment Les Mini Mondes ouvrent les portes de leur univers de jouets avec les vidéos de leurs consommateurs

CAS CLIENT – LES MINI MONDES

Skeepers

Le Client

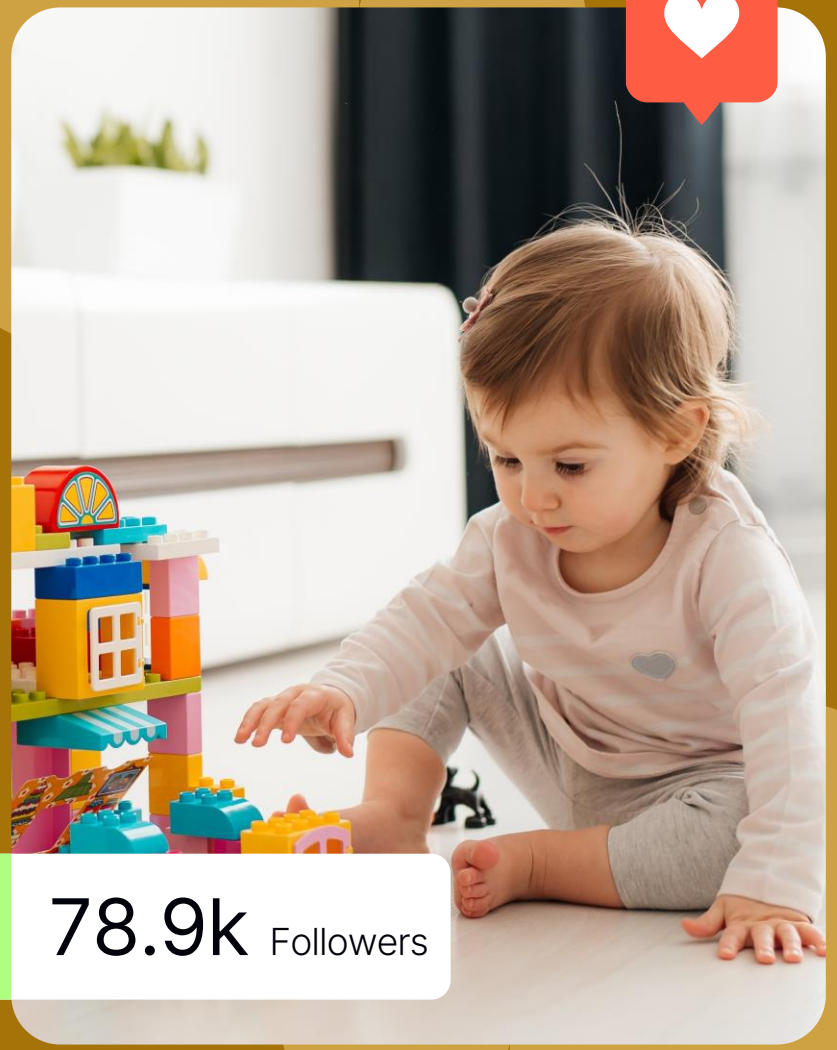
Faire découvrir le monde aux enfants

Les Mini Mondes est un fabricant de jouets responsables et 100% Made in France.

La marque propose des carnets de voyage pour faire découvrir les pays du monde aux enfants, ainsi que des jouets fabriqués en plastique recyclé, en France et compostables.

Écouter, lire, rire, jouer, comprendre et explorer... telles sont les valeurs de la marque et ses produits.

Les Mini Mondes a choisi notre solution Skeepers pour recueillir et diffuser les témoignages vidéo de ses clients.



78.9k Followers

SECTEUR D'ACTIVITÉ
Puériculture

SITE WEB
www.lesminimondes.fr

CLIENT SKEEPERS DEPUIS
2020

PRODUITS SKEEPERS
Consumer videos

Contexte et objectifs

Partager son univers de marque

Les Mini Mondes voulait partager son univers de marque et ses valeurs en se démarquant. Pour ce faire, l'enseigne s a proposé à ses familles de clients de parler de ses produits en vidéo.

La marque souhaitait que ses consommateurs partagent leur avis sur leurs jouets durant des moments de vie avec leurs enfants.

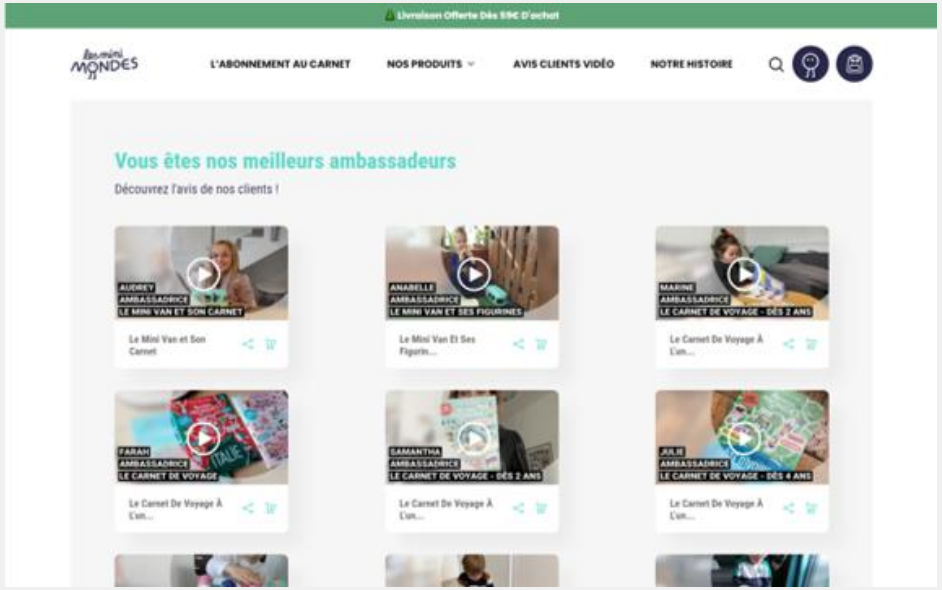
L’objectif : donner la parole aux consommateurs pour expliquer le concept des jouets et des carnets Mini Mondes.

Solution

Créer et diffuser des vidéos consommateurs

Les Mini Mondes a utilisé notre solution pour impliquer sa communauté de clients et les inviter à créer des vidéos, ensuite postées sur les pages produits du site de manière optimisée pour le e-commerce :

Solution



Cette solution a permis de :

- Identifier les meilleurs profils de consommateurs pour représenter la marque.
- Simplifiez le processus de création de vidéos avec une assistance étape par étape.
- Éditer et optimiser automatiquement les vidéos pour le e-commerce.
- Publier automatiquement les vidéos sur les fiches produits concernées et sur les autres canaux marketing.
- Analyser le taux d'implication des vidéos, l'impact sur les ventes et le ROI.

Les vidéos ont été diffusées sur les fiches produits de son site internet de la marque, sur une galerie vidéo dédiée et sur ses réseaux sociaux.

Résultats

+14%

Taux de conversion

Augmentation du taux de conversion sur les fiches produits équipées de vidéos

+44%

Taux de complétion

Proportion moyenne de visionnage d’une vidéo lancée. (moy. Youtube à 40%)

THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

Book a Demo