

Jenlain: entre tradition et modernité

2005-05-06 16:18:48 par Aleksandra Egorova

La brasserie Duyck veut moderniser l'image de sa bière de tradition, la « Jenlain ». Solution choisie: le marketing viral. Découvrez deux sites Internet au succès indéniable.

A l'occasion du lancement de deux nouvelles bières aromatisées pensées pour les jeunes, la maison Jenlain a réalisé deux sites Internet qui ont pour principale cible les 18-25 ans. C'est en développant les produits les plus traditionnels et en créant les bières les plus tendance que l'une des dernières brasseries indépendantes de l'Hexagone réussit à satisfaire toutes les générations. Cette stratégie « multi canal » a été confiée à l'agence on et off-line Insitaction.

« L'idée était de créer une dynamique communautaire et virale autour de la Jenlain, la « J », afin de lui accorder un maximum de visibilité auprès de la cible jeune », explique Aurélien Leprêtre, PDG d'Insitaction. Le site Ma-J.com présente un contenu riche et attractif: présentation sympa du produit, divers jeux, concours de « Mix WANTED DJ » en association avec « Radio Nova » (relayé sur le site wanted-dj.com), vente de goodies et un espace professionnel. « Avec des moyens limités, nous sommes parvenus à de bons résultats », affirme Aurélien Leprêtre. Le site Ma-J.com a en effet multiplié par dix le nombre de ses visiteurs depuis son lancement il y a un an.

Devant ce succès, la marque pourrait s'orienter vers un ensemble de sites s'articulant autour du portail Duyck.com. Des objectifs ambitieux pour une société d'environ 40 personnes! Tous ceux qui estiment que les nouvelles technologies ne font que le malheur de notre temps n'ont qu'à bien se tenir: le marketing viral permet non seulement de sauvegarder, mais aussi de redonner un second souffle à notre patrimoine!

<http://www.actu-buzz.com/marques/jenlain-entre-tradition-et-modernite-132.html>