



Lexcelera 

Laboratoire Ducastel, SimShip

Etude de cas

Alès Groupe est un groupe international ayant plusieurs pôles d'expertise, la cosmétique avec LIERAC, le capillaire avec PHYTO et DUCASTEL, la haute parfumerie avec CARON, les soins ethniques avec PHYTOSPECIFIC.

Son pôle recherche et développement est au cœur de l'innovation.

*Partenaire historique des coiffeurs, le **Laboratoire DUCASTEL** développe depuis plus de soixante ans une activité innovante et créative en technique professionnelle capillaire.*

Il concentre ses recherches sur la coloration, les produits techniques, les coiffants et les soins capillaires.



Bénéfices

- Lancement produit sur 120 marchés cibles, en simultané.
- Une image de marque consolidée.

DÉFI

Laboratoire Ducastel commercialise plusieurs gammes de produits pour le soin du cheveu, auprès d'un réseau de coiffeurs professionnels international. Ses efforts de recherche sont récompensés par la mise sur le marché de nouveaux produits, ou de nouvelles techniques de soin, chaque année. Présent dans plus de 120 pays, il décline ses produits dans +20 langues.

Le défi est alors de faire des campagnes de lancement de produit simultanées dans tous les pays, et donc toutes les langues. Ces campagnes de lancements comprennent les notices produit, le packaging, les listes d'ingrédients, les présentations, les argumentaires commerciaux, les PLVs et leaflets, etc.

Certains de ces supports sont de contenu technique, d'autres relèvent de la plume marketing, tous sont très regardés par les revendeurs du Laboratoire Ducastel.

SOLUTION

À la mise en place du contrat, Lexcelera a proposé 2 textes de contenu marketing pour toutes les langues afin que les réviseurs Laboratoire Ducastel puissent choisir l'équipe de copywriters qui répondaient au mieux à leurs attentes, ou à tout le moins la plus prometteuse. Ces équipes validées par langue ont ensuite été mises en contact pour construire une communauté autour du client, communiquant autour des besoins et des objectifs recherchés.

Puis sur la base des commentaires des réviseurs client, Lexcelera a mis en place à la fois des guides de style par langue, ainsi que le glossaire des jargons des métiers de la coiffure. Ces 2 actifs linguistiques sont aujourd'hui encore, après 5 années, très évolutifs au gré des innovations techniques des produits Ducastel.

Enfin Lexcelera a construit une base de données des phrases clés validées par Laboratoire Ducastel, permettant une communication homogène à travers le temps et entre tous les produits.

RÉSULTAT

- Des équipes de travail stables et très orientées client, coopérant entre elles au travers d'une communauté dédiée à Ducastel, permettant une image cohérente quelle que soit la langue.
- Une réactivité et une fluidité de prise en charge sans égales, notamment pour les petits volumes, traités en général en moins de 24 heures.