

LES PRESSING TIDE DRY CLEANERS UNE VISION TRÈS NETTE DE L'INNOVATION EN BRANDING

Nous avons étendu le capital de la marque icône Tide à un territoire entièrement nouveau.

NOS INTERVENTIONS

Etude consommateurs
Développement du concept
Stratégie de marque
Création d'identité visuelle
Architecture intérieure/extérieure
Communication sur point de vente
Innovation/solutions



Nous avons contribué à transposer de l'univers lessive en lieu de service l'une des marques les plus connues et les plus appréciées dans le monde.



L'extérieur du flagship store. L'intérieur et une des déclinaisons de la marque - l'expérience consommateur placée sous le signe de la fraîcheur et du développement durable.

LES PRESSING TIDE DRY CLEANERS UNE VISION TRÈS NETTE DE L'INNOVATION EN BRANDING

CHALLENGE

P&G confie à Brandimage la création d'un service totalement innovant pour développer sa marque Tide.

Jusqu'à présent le nettoyage à sec était synonyme de mauvaises surprises, de manque de professionnalisme et de techniques dépassées dans l'esprit des consommateurs.

Nous avons un défi à relever : faire oublier ces expériences désagréables grâce à un service irréprochable adapté aux textiles contemporains. Il s'agissait aussi

- d'assurer la pérennité d'un nouveau business grâce à une démarche design cohérente,
- faire rimer nettoyage à sec et développement durable,
- exploiter le riche capital de la marque Tide, l'une des marques les plus reconnaissables et les plus appréciées au monde, en mettant en valeur ses fondamentaux.

SOLUTION

En prenant appui à la fois sur le capital de sympathie de Tide et sur son excellente réputation, nous avons créé un concept de nettoyage à sec entièrement nouveau. Nous avons proposé des services remarquablement innovants (ex : des consignes pour que les clients puissent déposer leurs vêtements en dehors des heures d'ouverture), des technologies chimiques écologiques et un environnement particulièrement attrayant.

Ces solutions concrètes sont le résultat de notre process d'innovation itératif destiné à répondre avec pertinence et rapidité aux défis commerciaux de nos clients. Nous avons étudié les comportements des consommateurs et recueilli leurs expériences en magasin, pour les traduire en un concept unique. Nous nous sommes inspirés du capital visuel et du langage graphique de Tide pour créer des environnements chaleureux, sympathiques et élégants, déclinés avec cohérence autour de la personnalité Tide Dry Cleaners.

Preuve de la réussite : Tide a dépassé de 140% en moyenne son chiffre d'affaires prévisionnel mensuel et a reçu plus de 200 candidatures de franchises venues d'Europe, d'Asie et d'Amérique du Nord. Ces résultats viennent couronner une mise sur le marché pertinente, fraîche et empreinte d'optimisme.



Intérieur du magasin



Le concept design intérieur



Déclinaison sur véhicule de livraison