

## Replace Silicones Confidently

Explore Our 100% Plant-Based Silicone Alternatives

WATCH VIDEOS

# Inolex

### WANDS

## Un lien fort et exclusif entre produits de luxe et clients, après l'achat !

WANDS Paris

5 octobre 2021

PARTAGER: [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [Email](#)



Avec 'Your Product, Your Story' byWANDS, l'agence parisienne propose de créer un lien fort, exclusif et innovant entre les produits de luxe et leurs clients... après l'achat. Soigner le contact après l'acte d'achat et entretenir le dialogue avec ses clients, c'est la clef de la fidélisation et c'est un vrai challenge face à une clientèle volatile et de plus en plus exigeante. Parce que le produit seul ne suffit plus, il faut qu'il se fasse levier de nouvelles sensations, de nouvelles expériences et surtout sur le long terme pour nourrir une vraie relation.

### Your Product, Your Story

Acquérir un produit de luxe : une montre, un bijou, un sac, une valise... est toujours un moment unique mais la magie de l'acte d'achat est éphémère, elle ne se prolonge pas. Avec le temps, le lien s'effrite, l'histoire du produit perd de sa puissance jusqu'à ce que le produit devienne silencieux. Alors comment faire pour, qu'avec le temps, ce nouveau client captif ne se détourne pas du produit et encore moins de la marque ?

C'est devant ce constat que Wands a créé Your Product, Your Story, afin que le produit de luxe, bien après son achat, continue à raconter son histoire et à plonger celui qui le possède dans son univers. L'heure est au déploiement d'un dialogue permanent, non intrusif, fun et engageant pour nourrir une relation durable créatrice d'un réel attachement.

### Your Product, Your Story, comment ça fonctionne ?

Après l'achat de son produit de luxe, le client reçoit de façon régulière des communications (via email, appli de messagerie liées au CRM de la marque ou QR Code) lui rappelant l'accès à des contenus exclusifs dans un environnement de marque en réalité augmentée.

L'information sur le produit et son environnement au sens large est parfaitement contrôlée par la marque et va directement au client pour maintenir une expérience sur le temps long. En d'autres termes, l'après-achat devient le début de la relation et surtout déclenche la pérennité de la relation.

En termes de contenus, il peut s'agir de l'histoire de la marque ou du produit, d'événements, d'une collaboration, d'une édition limitée, de la meilleure façon de le porter, de ses secrets de fabrication, de savoir-faire, d'une visite virtuelle dans les ateliers, des égéries qui le portent...

C'est une nouvelle forme de maturité du storytelling, qui se construit chapitre par chapitre.

On fait entrer le produit dans une nouvelle dimension, en allant au-delà de l'objet et du transactionnel, en créant une narration innovante pour inspirer et inventer le temps long.

Your Product, Your Story, c'est penser le produit tel le héros d'une série à laquelle on devient addict épisode après épisode, dans laquelle le storytelling accepte de se partager ouvertement avec ceux qui font partie de la communauté d'acheteurs. Le produit se narre (enfin) sur le temps long, porteur d'un storytelling déclinable à l'infini. Il rend ainsi la marque plus présente, plus vivante. La proposition de valeur est d'une richesse exceptionnelle.

### Pourquoi c'est intéressant pour les clients des marques de luxe ?

Les clients souhaitent de plus en plus d'exclusivité et d'expériences. Lorsqu'ils achètent un produit de luxe, ils sont en attente d'attentions portées par la marque. Ce suivi régulier et cette façon de se sentir véritablement intégré à l'histoire est essentielle pour le fidéliser durablement. Il se sent en immersion avec la marque, plongé dans son univers.

Il entre dans le cercle intime de ceux qui savent, des happy-fews, de ceux qui ont accès à des informations parfois confidentielles.



### WANDS



WANDS, agence de communication globale, conte des histoires et met en lumière de manière stratégique et novatrice les marques sensibles à l'excellence, au luxe et au premium. Au service de l'émotion, WANDS ce sont des idées impactantes et engageantes, un sur-mesure d'exception.

#### Sa mission :

Faire émerger les marques autour d'une idée novatrice par la magie de l'Image et des contenus.

#### Les domaines d'expertise :

- Stratégie de marque
- Conseil 360°
- Création de contenus novateurs
- Post-production intégrée
- Plateformes de diffusion

#### Les clients :

Chanel, Cartier, Hermès, Louis Vuitton, Ruinart, Baccarat, Hublot, Breitling, Bulgari...

#### Ce qui fait la différence :

- La stratégie novatrice au cœur de l'offre associée à des nouvelles technologies pour faire émerger les marques.
- Un œil exceptionnel sur l'Image : une maîtrise historique de la qualité d'exécution et de l'exigence des marques de luxe.
- Une agilité pour répondre aux besoins spécifiques : une agence à taille humaine & une offre complète, mais sur-mesure.

En savoir plus : [wandsparis.com](https://wandsparis.com)  
Prendre contact : [wandsparis.com/contacts/](https://wandsparis.com/contacts/)

► VOIR TOUS LES ARTICLES

### SUIVEZ-NOUS



### Partenaires Beauté - Innovations

Du bois à mBlack : Un voyage vers l'éco-responsabilité

L'innovation capillaire chez HCT





"Your Product, Your Story" by WANDS

Pourquoi c'est intéressant pour les marques de luxe ?

La jeune génération va continuer à perturber les acteurs du luxe établis les conduisant à changer leurs approches. Ce que l'on appelle luxe aujourd'hui ne sera plus basé sur les mêmes fondamentaux au sens traditionnel du terme. Les marques de luxe ne peuvent plus se contenter de mettre en avant savoir-faire et expertises, elles ont besoin de les traduire en expériences et en émotions et avant tout en inventant de nouveaux supports, de nouveaux formats qui s'inscrivent dans l'utilisation de leurs devices : smartphone et caméra.

On offre donc ici la possibilité aux marques de faire parler leurs produits, d'en faire de vrais héros connectés à leurs audiences. Des objets vivants, incarnés et animés. Un vecteur d'ubiquité pour porter puissamment la voix des marques auprès d'une clientèle en attente de nouveautés et d'expériences inédites.

### Pourquoi l'agence WANDS est-elle légitime pour proposer ce type d'expérience ?

Le credo de l'agence Wands est de cultiver l'excellence des images et des contenus pour nourrir les nouveaux dialogues créatifs, visuels, narratifs et virtuels entre les marques de luxe et leurs audiences.

L'excellence des images et des contenus est sa valeur historique.

L'innovation est sa singularité. Les marques de luxe son univers.

Le cocktail idéal pour la réussite de ce type de dispositifs innovants aussi expérientiels et qu'immersifs pour le client final et autant valorisant et différenciant pour la marque.

Vous êtes, vous aussi, séduit par cette nouvelle offre ? Parlons-en ensemble <https://wandsparis.com/contacts/>

WANDS (We Are New Dialogues Suppliers) est une agence dédiée à l'animation des nouveaux dialogues qui ne cessent de se nouer et de se renouveler entre les marques et leurs publics.

- ★ Dispositifs en Réalité Augmentée / Réalité Virtuelle, comme les Filtrés RA et l'AR Touch of Gifting, une nouvelle proposition de personnalisation du cadeau mixant vidéo et RA ;
- ★ Creative Content, pour alimenter les plateformes digitales et sociales avec un fort appétit pour les technologies ;
- ★ Creative Upcycling pour révolutionner la production des contenus dans une approche plus responsable et profitable ;
- ★ Versioning (déclinaison créative) et outils de workflow pour réussir le déploiement de vos campagnes en print et digital.

PARTAGER: [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [Email](#)

### DERNIERS ARTICLES



Pourquoi Eilat fait la promotion d'une crème solaire qui nourrit les cœurs...



Cyrille Ly prend en charge la stratégie innovation et RSE de Pure Trade



L'application CLAIRE de la FEBEA au programme des écoles d'esthétique



Le Canada rejoint les pays interdisant les tests de cosmétiques sur animaux



L'avenir du packaging beauté : Trois questions à Frédéric Dreux, Unilever



MakeUp in Paris, le défi d'innovations haute-performance et éco-conçues

### AVIS D'EXPERTS

Industrie cosmétique : Repenser la gestion des déchets et de la...



### PARTENAIRES BEAUTÉ - INNOVATIONS

Du bois à mBlack : Un voyage vers l'éco-responsabilité



### FOCUS

Luxe Pack Monaco lance Luxe Home, une section dédiée au home care



Luxe Pack Monaco, le salon du packaging premium et luxe, ouvrira ses portes les 02, 03 et 04 octobre 2023 au...

### Experts



Maryna Grytsenko-Nénon  
Avery Dennison Smartrac



Héloïse Lefebvre du Prey  
Chef de projet Asie du Sud-Est - Asia Cosme Lab

### HORS SÉRIE

Ingrédients cosmétiques - mars 2023



Le gaspillage et la surproduction font partie des problématiques auxquelles l'industrie de la beauté et des cosmétiques est confrontée...

À une époque où il est plus crucial que jamais d'être guidé par une conscience environnementale, mPacking est une entreprise pionnière dans...

La quête d'une beauté in-and-out s'installe progressivement, en Europe comme en Amérique du nord ou au Brésil. Cette beauté holistique se...

vietbeauty | cosmobeauté  
27-29 JULY 2023 The Largest & Longest-Running International Beauty Trade Shows in Vietnam  
Hall A, Saigon Exhibition & Convention Center (SECC), Ho Chi Minh City | 9AM - 5PM  
REGISTER TO VISIT  
www.vietbeautyshow.com | www.cosmobeautysaigon.com

### MARCHÉS & TENDANCES

MakeUp in Paris, le défi d'innovations haute-performance et éco-conçues



### RÈGLEMENTATIONS

Le Canada rejoint les pays interdisant les tests de cosmétiques sur animaux



### SCIENCE, R&D

Étude : Un mode de vie plus sain peut aider à « inverser le vieillissement... »



### INGRÉDIENTS & FORMULATION

Seppic : Un actif biomimétique et éco-conçu pour la fermeté de la peau



### EMBALLAGE & DESIGN

L'avenir du packaging beauté : Trois questions à Frédéric Dreux, Unilever



### ENVIRONNEMENT

Pourquoi Eilat fait la promotion d'une crème solaire qui nourrit les coraux...



### INNOVATION & NOUVEAUTÉS

MakeUp in Paris : Qui sont les gagnants des IT Awards 2023 ?



### SOCIÉTÉS & INDUSTRIE

Après un succès fulgurant en France, La Rosée internationalise son concept



### BRÈVES

Cyrille Ly prend en charge la stratégie innovation et RSE de Pure Trade



brazil BEAUTY news