



Livre Blanc : La Donnée First-Party

Un atout Stratégique pour les
Producteurs de Vins et Spiritueux



LIVRE BLANC : LA DONNÉE
FIRST-PARTY

Chers producteurs, chères productrices,
Pendant des décennies, le vin et les spiritueux ont été des produits muets une fois sortis du domaine.

Les bouteilles partaient dans les circuits de distribution, et votre relation avec ceux qui les choisissaient se perdait en chemin. Tout cela est en train de changer.

La donnée first-party redonne le lien direct avec votre consommateur final. Elle vous permet de comprendre qui aime vos produits, où, quand et pourquoi. Elle transforme un marché anonyme en une relation personnalisée et durable.

Ce livre blanc est un guide conçu pour vous aider à reprendre le contrôle de votre relation client. Il démontre comment la maîtrise de vos données ne relève ni du hasard ni d'un effet de mode, mais d'un choix stratégique structurant pour l'avenir.

**Vous avez le produit, l'histoire, le terroir et la passion.
Il ne reste qu'à créer le lien.**

L'équipe Tonton Gégé
La bouteille qui parle



De la vigne au consommateur : reprendre le contrôle de la relation client

Pendant longtemps, la connaissance des acheteurs finaux a été diluée au fil d'une chaîne d'intermédiaires dense et complexe. Aujourd'hui, la technologie permet de franchir ce fossé.

Les producteurs disposant d'une stratégie data first-party construisent un avantage durable : compréhension fine des préférences, fidélisation, innovation guidée par les usages réels.

Mais avant tout, la connaissance client commence par une présence digitale maîtrisée.



Le prérequis stratégique

CONSTRUIRE SA VITRINE DIGITALE POUR EXISTER ET COLLECTER

Le site web propriétaire constitue le socle d'une stratégie relationnelle. Il n'est ni un luxe, ni une option : c'est la base indispensable pour maîtriser son image, être visible, recueillir les premières données de contacts et diversifier les opportunités commerciales.

UN SITE WEB BIEN CONÇU PERMET DE :

- Renforcer la visibilité et la crédibilité auprès des particuliers, cavistes et importateurs.
- Raconter son histoire, ses valeurs, ses méthodes et l'humain derrière chaque bouteille.
- Initier la connaissance client via des formulaires ou l'analyse des parcours.
- Ouvrir un canal e-commerce complémentaire et sans conflit avec les distributeurs.

Avec ce socle en place, le producteur peut activer les outils de collecte les plus efficaces : ceux qui transforment chaque bouteille en point de contact direct

62 % DES
ACHETEURS DE VIN
CHERCHENT DES
INFORMATIONS SUR
LE DOMAINE SUR
INTERNET AVANT DE
SE DÉCIDER.



La boîte à outils de la donnée

Méthodes concrètes pour collecter, engager et convertir

PACKAGING CONNECTÉ

LA BOUTEILLE COMME MÉDIA DE DONNÉES :

- **73%** des consommateurs privilégient les marques transparentes.
- Le QR code, standardisé par la réglementation européenne, offre une opportunité de marketing via un second code.

AVANTAGES :

- Identifier qui scanne, où et quand.
- Accéder à des données actionnables.
- Personnaliser l'expérience de consommation.

0,26 % des QR codes sur l'alcool sont scannés sans incitation.

- L'incitation doit être attrayante (exclusivité, jeux, contenu premium).
- Exemples inspirants :
 - Pernod Ricard en Chine utilise WeChat pour la relation client.
 - 19 Crimes utilise le storytelling en réalité augmentée.
 - Rabble Wine engage localement avec des dons.





**La valeur
réside dans
l'interaction
post-scan.**



Expérience post-scan

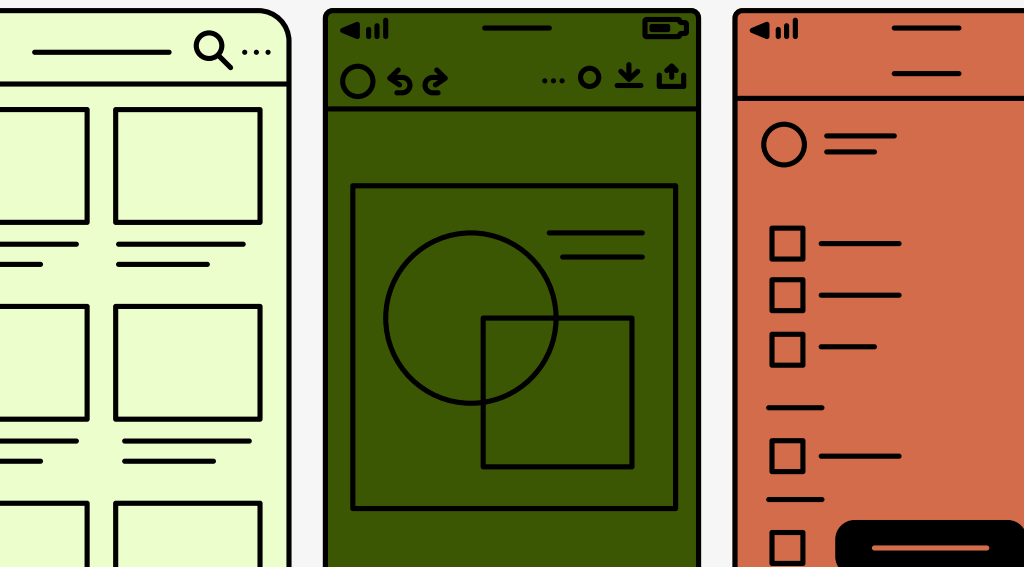
Transformer l'interaction en attachement à la marque

UNE BONNE EXPÉRIENCE RÉUNIT TROIS LEVIERS :

- Un récit immersif
- Une utilité réelle pour le consommateur
- Une intégration fluide de la collecte de données

PRINCIPES CLÉS :

- Donner avant de demander.
- Faire vivre l'identité du domaine.
- Renforcer la préférence de marque automatiquement.
- La collecte devient naturelle car elle récompense l'utilisateur



CRM et fidélisation

Centraliser la connaissance et personnaliser les actions

Le CRM regroupe tous les points de contact, facilitant ainsi une segmentation précise et des communications personnalisées efficaces.

Une segmentation CRM peut augmenter jusqu'à +30 % les conversions. Source : VinSuite / CRM Data

APPORTS CONCRETS POUR UN DOMAINE :

- Base de contacts qualifiée enrichie en continu
- Newsletters ciblées par profil
- Programmes de fidélité ou clubs premium valorisant le lien direct
- Gestion omnicanale unifiée (caveau, e-commerce, salons, etc.)

**La question principale pour de nombreux secteurs est :
comment alimenter un CRM avec des données fiables lorsque
les ventes se font par intermédiaires et restent anonymes ?**





**Tonton Gégé
répond à cette
question en
transformant
chaque
bouteille en
point de
collecte.**

EN ENRICHISSANT LA BASE
CRM ET EN RELIANT LE
PRODUCTEUR AUX
CONSOMMATEURS DE SES
CUVÉES.



La valorisation de la donnée

De la collecte à l'avantage concurrentiel

LA DONNÉE FIRST-PARTY PERMET DE :

- Concevoir des personas pertinents et évolutifs
- Recommander les bonnes cuvées aux bons clients
- Optimiser les parcours selon les comportements observés
- Anticiper le churn et agir avant la rupture de relation

L'IA JOUE UN RÔLE CROISSANT DANS :

- La prédiction du comportement client
- La génération automatisée de messages personnalisés à grande échelle

Plus la relation avance, plus la valeur augmente.

Objectif central : la Customer Lifetime Value (LTV)

Un client reconnu, écouté et engagé consomme plus et plus longtemps.





**L'avenir des
vins et
spiritueux sera
data-driven ou
ne sera pas**



Qui prendra l'avantage en premier



L'avenir des vins et spiritueux sera data-driven ou ne sera pas

BÂTIR UNE STRATÉGIE DATA FIRST-PARTY, C'EST :

- Retrouver la maîtrise de sa relation client
- Construire une marque forte sur le long terme
- Faire évoluer l'offre en fonction des attentes réelles du marché
- Augmenter la rentabilité des ventes existantes

CONTRAINTES À INTÉGRER DÈS LE DÉPART :

- Respect strict du RGPD et de la confidentialité
- Transparence avec le consommateur
- Qualité d'exécution technique

La question n'est plus : faut-il s'y mettre?



6 mois pour accélérer votre relation directe au consommateur

Nous offrons un programme d'activation de 6 mois aux domaines partenaires pour établir une relation client solide et durable à partir de vos bouteilles.

PENDANT 6 MOIS, VOUS BÉNÉFICIEZ DE :

- Déploiement clé-en-main
- QR personnalisé, espace dédiée, contenus d'engagement de haute qualité
- Collecte de données en continu
- Localisation, préférences, comportement de consommation
- Premiers segments affinés grâce aux interactions réelles
- Tableaux de bord actionnables pour guider vos décisions commerciales
- Accompagnement stratégique
- Conseils réguliers pour amplifier l'engagement et les conversions



REJOINDRE L'ACTIVATION

**VOUS ÉTABLISSEZ
UN LIEN DIRECT
AVEC LES
CONSOMMATEUR
S DE VOS CUVÉES**

CRÉDIBILITÉ

COMMUNICATION

**OPPORTUNITÉS
DE VENTES ET
DE FIDÉLISATION**

**VOUS ACTIVEZ UN
CANAL
RELATIONNEL QUI
VALORISE VOTRE
MARQUE,
INDÉPENDAMMENT
DES
INTERMÉDIAIRES**

**VOUS POSSÉDEZ
VOTRE PREMIÈRE
BASE CLIENT
PROPRIÉTAIRE ET
QUALIFIÉE**

hello@tontongg.com

WWW.TONTONGG.COM

