

TROIS MOTS POUR RELIER LE MONDE

what3words passe par l'importance de livrer le courrier à bon port pour démontrer les conséquences de ne pas avoir une adresse postale adéquate.

Quatre milliards de personnes n'ont pas d'adresse postale. Cette situation est lourde de conséquences. De fait, comment voter, comment trouver un emploi, comment obtenir des services publics, comment faire venir une ambulance sans adresse à fournir?

LE DÉFI

Avoir une adresse fiable peut sembler une évidence. Pourtant, dans 75 % des pays, le système d'adressage est médiocre ou inexistant. Même avec des adresses fiables, des colis s'égarer, des messagers se perdent et des entreprises locales sont difficiles à trouver. Sans infrastructure d'adressage précise, la livraison et la logistique sont coûteuses et lourdes. Au bout du compte, tout le temps passé à chercher une adresse ou un endroit a une incidence économique.

Sans adresse fiable, les gens perdent du temps à attendre leur courrier, à donner des itinéraires au téléphone et, dans certains cas, à espérer des colis qui n'arriveront jamais à destination.

Le problème est particulièrement frappant dans les pays africains, où c'est même un obstacle à la croissance et au développement. what3words veut que leurs populations sachent qu'elle comprend leur situation et qu'elle a une solution à leur offrir.

Comment livrer ce message? Les responsables de la poste semblent les destinataires tout indiqués.

This letter is for Ahmed Mariama who works in Port Moroni on Comoros. From Moroni Airport, head East until you hit the Boulevard Karthala. Follow this North, past  the Ancien Marché. Take the next road  on the right, opposite the big white bank with the palm trees outside. Down this road, on the right is the Société Nationales des Postes. Inside is Ahmed Mariama (If you get to Marché Dubai, you've gone too far!)



LA PERTINENCE DE LA CAMPAGNE

what3words crée un système de géocodage en divisant le monde en 57 billions de carrés de 3 m sur 3 m et en attribuant à chacun un code de trois mots. C'est simple et précis, plus facile à mémoriser que des coordonnées GPS, et bien pratique en l'absence d'une adresse. Trois mots qui n'ont aucun lien entre eux deviennent un point de repère pour la livraison de courrier et pour mettre en contact des personnes. what3words permet de cibler un endroit précis sur la planète et de le transmettre

plus efficacement qu'avec toute autre méthode. Grâce à des applications et à des API, ce système d'adressage mondial contribue au roulement des affaires, favorise la croissance sociale et économique de patelins et sauve des vies, surtout dans les pays en développement. Services d'urgence, systèmes GPS et entreprises de logistique l'adoptent volontiers, car il leur permet de gagner en vitesse, en précision et en sécurité.

CLIENT what3words | **PRODUIT** Système d'adressage postal | **PAYS** Différents états africains | **AGENCE** OgilvyOne, Londres | **ÉQUIPE** Directeur général des services de la création, OgilvyOne Charlie Wilson | Co-directrice générale des services de la création, Ogilvy & Mather Emma de la Fosse | Chef de la production, OgilvyOne Justin Cairns | Responsable de la production, OgilvyOne Janet Berry | Illustrateur David Doran



L'IDÉE QUI INCITE À L'ACTION

what3words veut faire connaître son système. Elle croit qu'il est la solution au problème d'adressage de marchés africains majeurs. La signature d'un seul contrat serait une victoire en soi.

Le système de géocodage est une solution de haute technologie qui appelle une présentation modeste, voire traditionnelle. On opte donc pour une missive : après tout, on s'adresse à des maîtres de poste. On veut démontrer la difficulté de situer un endroit précis sans adresse. Magnifiquement illustrée, chaque enveloppe est personnalisée et porte de multiples directives vers le lieu de destination, que ce soit des explications illustrées, des tracés sommaires de cartes routières ou des instructions griffonnées.

Les enveloppes timbrées, mais sans adresse, sont envoyées à des responsables des services postaux en Afrique. Elles illustrent parfaitement les difficultés vécues par les citoyens et placent entre les mains des destinataires concernés une solution bien concrète.

LES RÉSULTATS

Cette approche hyperpersonnalisée atteint la cible. Huit des dix destinataires répondent. La campagne attire l'attention de maîtres de poste influents et permet de

convertir d'emblée trois pays africains, dont le Nigéria, l'une des principales économies du continent. Même si la population y est jeune et que le commerce électronique transfrontalier connaît une hausse importante, seulement 20 % des Nigériens peuvent recevoir du courrier à domicile. D'ici 2020, cette proportion devrait passer à 90 %.

La plateforme what3words offre une solution toute prête aux nombreux pays qui n'ont pas de système d'adressage universel. Jusqu'à maintenant, dix administrations postales, dont celles de la Mongolie, de la Côte d'Ivoire et de Tuvalu, ont adopté l'idée.

« Les adresses de trois mots faciliteront le cybercommerce et la livraison à domicile et aideront les entreprises en milieu tant urbain que rural », affirme Isaac Gnamba-Yao, directeur général de La Poste Côte d'Ivoire.

Le système what3words sert autant à des fins humanitaires que commerciales. Des Nations Unies aux constructeurs automobiles, en passant par les services d'urgence et le secteur touristique, de la mère qui accouche à la famille qui veut se faire livrer une pizza, en passant par le voyageur qui cherche son Airbnb ou une yourte en Mongolie, tous y trouvent leur compte.

Les adresses de what3words sont disponibles en 36 langues, et l'entreprise vient de percer le marché chinois. Elle souhaite offrir sa carte dans les principales langues du monde.

Téléchargez l'application pour découvrir votre adresse what3words.



Cas analysé

ENTREPRISE what3words

SECTEUR Données cartographiques

Incitation à l'action

Des lettres sans adresse sont envoyées à des maîtres de poste de différents pays d'Afrique. Chacune illustre les difficultés qu'entraîne l'absence d'un système d'adressage fiable et montre que what3words comprend les conséquences d'une telle situation pour les résidents et les entrepreneurs.

Résultats

L'article de publipostage a généré un taux de réponse de 80 %. Trois services postaux ont adopté what3words.

Entonnoir de conversion

Le point indique l'étape à laquelle le publipostage a été utilisé pour inciter à l'action.



Données
Listes d'adresses créées sur mesure

Support
Lettres personnalisées

Éléments d'activation
 Physicalité
 Données
 Connectivité

Faits saillants

- › Le facteur humain permet de démontrer clairement les bénéfices d'une solution.
- › Une idée mise en scène dans un contexte familier inspire l'action.
- › Exploiter les attributs spécifiques du canal capte l'attention.
- › C'est la pertinence d'un concept, aussi simple et abordable soit-il, qui crée l'effet recherché.

« Nous avons écrit à des maîtres de poste en utilisant des cartes et des directives au lieu d'une adresse. Notre campagne illustre bien le problème et a mené à des discussions avec huit services postaux africains. »
— what3words

