

MEMO APPLICATION AKAYAMA (MINNETONKA) CONSTRUCTION D'UN SITE MARCHAND

LA SOCIETE

- La société AKAYAMA détient la licence de commercialisation de la marque Minnetonka en France depuis début 2005.
- Basée à Paris, la société commercialise toute la gamme de produits de la marque américaine (mocassins, bottes, chaussures, chaussons, chapeaux) via un réseau De 200 revendeurs boutiques dans toute la France, et un site de commerce électronique (www.minnetonka.fr).
- Le site marchand réalise environ 10% du chiffre d'affaires de la société.

LE BESOIN

- Au démarrage en 2005, la société éprouve des difficultés à développer rapidement un réseau de revendeurs boutiques, en raison de la notoriété inexistante de la marque en France à l'époque. Notamment, le réseau est au départ constitué en grande majorité de boutiques de mode accessoires et de boutiques de luxe moyen et haut de gamme, et non de boutiques de chaussures classiques.
- Début 2006, le réseau de distribution comporte encore d'importantes zones non couvertes sur le territoire, avec une centaine de boutiques environ. La société met donc en place en complément un système de vente par correspondance à partir d'un site web institutionnel présentant une carte avec la liste des points de vente et quelques modèles en vente via un contact téléphonique.
- Malgré l'aspect artisanal du système (pas de vente en ligne, envoi du produit à réception d'un chèque), la formule rencontre une forte demande et les ventes par ce canal se développent.
- Constatant ce succès, la société décide de mettre en place une boutique de commerce électronique à l'automne 2007, et passe en revue les différentes solutions proposées sur le marché.
- Son choix se porte rapidement sur l'offre proposée par Store Factory, essentiellement parce qu'elle lui permet de disposer rapidement d'un site marchand opérationnel avec une charte graphique personnalisée moyennant un investissement limité, sans exiger de pourcentage sur les ventes comme pour certaines autres solutions. Le fait que Store Factory soit basé à Paris est également un plus.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- La société signe le contrat avec Store Factory en Décembre 2007, et le site marchand Minnetonka est opérationnel depuis la mi-Janvier 2008. La définition de la charte graphique est assez rapide, et ne nécessite que quelques allers et retours. La mise au

point totale du site, comprenant notamment la saisie de toutes les pages produit, prend un mois environ. La mise en place du paiement sécurisé avec la banque prend une semaine.

- La gamme sur le site est organisée en huit gammes de produits et cinq thèmes. A mi chemin entre un site institutionnel et un site de vente en ligne, le site accorde également une large place au réseau de boutiques, et affiche la liste complète des points de vente par région. Le produit chaussure nécessitant souvent d'être essayé au préalable, dans de nombreux cas, les clients choisissent un modèle sur le site puis se rendent dans une boutique pour essayer et acheter. Lorsqu'ils connaissent leur taille exacte, ils peuvent alors acheter directement sur le site par la suite.
- Le site intègre aussi des rubriques Actualités et Presse qui regroupent les parutions presse les plus récentes de la marque. Sur chaque article, le produit présenté pointe directement sur le produit correspondant dans le catalogue.
- Le site autorise exclusivement le mode de paiement sécurisé par carte bleue, largement plébiscité par les acheteurs sur Internet. Les commandes sont traitées quotidiennement, et expédiées par Colissimo (livraison J+2). Un mode d'expédition Chronopost (J+1) sera proposé en complément à partir de mars 2009. Les factures sont éditées automatiquement dans le système Store Factory, imprimées et incluses dans les colis.
- La société met à jour le site marchand chaque fois que cela est nécessaire, généralement une fois par semaine. La gamme Minnetonka évolue peu, seuls trois ou quatre modèles changent tous les six mois, et les mises à jour concernent surtout les rubriques Actualités, Presse et Boutiques.
- La société n'utilise pas les fonctions d'animation et de fidélisation des ventes en ligne offertes par la plate-forme Store Factory, par égard pour son réseau de revendeurs boutiques. Les produits sur le site sont proposés au même prix que dans les boutiques, auquel s'ajoutent les frais d'expédition.
- Le site marchand a rapidement trouvé sa clientèle. Générant 4 à 5 ventes par semaine au démarrage en Février 2007, le site réalise aujourd'hui entre 120 et 150 ventes par semaine, soit 10% du chiffre d'affaires de la société.

POINTS FORTS

- *Excellent référencement sur les moteurs de recherche* – Le site a acquis un très bon référencement au bout d'un mois seulement après sa mise en ligne. Aujourd'hui il est en première et seconde position sur Google pour la marque Minnetonka. Ceci sans aucun achat de mots clés Google.
- *Administration très intuitive* – Le site d'administration de Store Factory, sur lequel sont réalisées toutes les mises à jour du site, est à la fois très souple et très simple à utiliser. Sa maîtrise ne nécessite que quelques heures d'apprentissage.
- *Ressources mutualisées pour un prix fixe* – La plate-forme Store Factory est régulièrement enrichie de nouvelles fonctionnalités et d'améliorations d'ergonomie qui sont mutualisées et profitent gratuitement à tous ses clients. Le tout moyennant un abonnement mensuel fixe, qui n'évolue pas.

- *Possibilité d'évolutions graphiques à moindre coût* – Il est possible de faire évoluer le graphisme du site marchand à un coût très raisonnable, qui ne dépasse pas quelques centaines d'Euros.
- *Une souplesse qui évite les conflits de canaux* – Le site est construit de façon équilibrée, et privilégie le partenariat avec les revendeurs. Il ne pousse pas systématiquement la vente en ligne et se présente aussi comme un relais vers les boutiques. Le réseau de points de vente est bien mis en avant et les prix des produits sont identiques sur les deux canaux. La souplesse de la plate-forme Store Factory permet de parvenir à ce résultat.
- *Une grande richesse fonctionnelle* – La plate-forme Store Factory offre un large choix de fonctions, constamment enrichie. La rubrique Actualités notamment, conçue comme un blog, permet à la société de mettre en avant les nouveaux produits en temps réel. De même, la rubrique Presse présente une véritable revue de presse avec des liens dynamiques entre les produits présentés et la catalogue.
- *Une très bonne réactivité du support* – Le service de support de Store Factory est toujours disponible, et apporte une réponse technique aux éventuels problèmes rencontrés en moins de 24 heures. Notamment, lorsqu'il s'agit de réaliser des modifications en même temps sur toute une gamme de produits, Store Factory peut s'en charger en moins de 24 heures.

CONTACT

Cédric Segal, Directeur Commercial, Akayama

Tél. 09 51 60 25 00

cedric.segal@minnetonka.fr