

MEMO APPLICATION REVESDEFEEES.COM CONSTRUCTION D'UN SITE MARCHAND

LA SOCIETE

- A l'origine deux magasins d'articles de décoration, à l'enseigne Rêves de fées, situés à Maisons Alfort et Alfortville (Val de Marne).
- Un site de commerce électronique (www.revesdefees.com) depuis avril 2006, qui réalise aujourd'hui plus de chiffre d'affaires que les deux magasins réunis.
- Le site marchand totalise aujourd'hui 45.500 visiteurs uniques par mois, avec des ventes mensuelles qui dépassent 45.000 Euros.

LE BESOIN

- En 2005, conscients du décollage du commerce électronique, le dirigeant des deux magasins décide de faire un test et de se lancer sur Internet avec un site marchand, dans l'espoir de générer un complément de revenus.
- Il examine à l'automne 2005 diverses solutions disponibles sur le marché, avec pour objectif de trouver une solution professionnelle pour un budget limité. Les différentes 'web agencies' consultées lui proposent des solutions sur mesure avec des devis assez élevés et surtout très disparates, avec des échelles de prix allant de 1 à 100.
- Il se tourne alors vers des solutions mutualisées, moins onéreuses, et choisissent la solution Store Factory au début 2006.
- Ses principaux critères de choix sont la richesse fonctionnelle, la simplicité d'utilisation, et le prix, largement inférieur aux solutions sur mesure. La plate-forme Store Factory lui paraît d'emblée complète, simple à maîtriser, tout en lui permettant de rester autonome pour animer leur site. A cela s'ajoute la qualité d'écoute des techniciens de Store Factory, et le fait qu'il s'agisse d'une structure à taille humaine.

LA SOLUTION MISE EN PLACE

- Rêves de fées signe un contrat avec Store Factory le 15 Février 2006. La finalisation de la charte graphique du site est très rapide et nécessite très peu d'allers et retours – la version définitive est arrêtée en une quinzaine de jours. Les responsables du site sont ensuite formés dans les locaux de Store Factory à Paris – deux heures de formation leur suffisent pour acquérir les bases du système et être autonomes.
- La construction du site lui-même, et surtout la saisie de toutes les fiches produit, nécessite un travail important et occupe les deux mois suivants, car les responsables décident de démarrer avec près de 4000 références.
- Le site est organisé autour des mêmes thèmes et univers que ceux existant dans les deux magasins, et les prix affichés sont identiques. D'emblée, le site est positionné sur

la qualité de service et le sérieux plutôt que sur le discount, avec un rôle complémentaire de support d'aide à la vente dans les deux magasins.

- Les produits sont livrés sous dix jours maximum par Colissimo, l'entreprise ayant signé un contrat avec la Poste. En cas de rupture de stock, le client est averti immédiatement par téléphone, et si possible un produit alternatif lui est proposé.
- Utilisant au départ exclusivement le mode PayPal, le site propose aujourd'hui cinq modes de paiement au choix. La majorité des paiements s'effectuent par carte bleue, mais le nouveau mode 'Receive and Pay' a de plus en plus de succès. Le site propose également un mode de paiement différé, qui a été développé par Store Factory à la demande de revesdefees.com, puis mis à disposition de tous les autres clients de la plate-forme.
- Le chiffre d'affaires réalisé par le site est monté très rapidement en puissance. Après une première commande enregistrée début mai 2006, le site comptait dès Juin deux commandes par semaine, prélude à un accroissement continu des ventes. En décembre 2006, les ventes atteignent déjà plus de 4700 Euros, avec 23.000 visiteurs uniques sur le site. Depuis cette date, le chiffre d'affaires a été quasiment multiplié par dix, avec des ventes sur Décembre 2008 dépassant 45.000 Euros, soit plus que les deux magasins réunis, pour 45.500 visiteurs uniques.
- Artisanales au début, les expéditions représentent aujourd'hui de gros volumes, avec des coûts d'affranchissement postaux oscillant entre 1500 et 2000 Euros par mois.
- Début 2009, la société a décidé de fermer le magasin de Maisons Alfort pour se concentrer sur le web. Elle a loué des bureaux et engagé du personnel supplémentaire afin de développer les ventes du site, avec toujours le même positionnement orienté qualité de service et proximité avec le client plutôt que discount. Dans cet esprit par exemple, le site a noué un partenariat avec FIA.net, qui évalue quotidiennement la fiabilité et la qualité des sites marchands sur la base des appréciations des internautes.
- La société utilise intensivement les fonctions d'animation des ventes et de fidélisation de clientèle offertes par la plate-forme Store Factory. D'après ses estimations, environ 80% des fonctions sont utilisées. Aujourd'hui, cinq personnes se chargent de la gestion et l'animation du site, et le directeur de la société y consacre l'essentiel de son temps. Les mises à jour du site sont quotidiennes.

POINTS FORTS

- *Référencement naturel très rapide* – Le développement des ventes a été obtenu uniquement par référencement naturel, sans aucune publicité. Les résultats sur Google ont été rapidement très bons sur les mots clés correspondant aux produits les plus vendus (porte-bijoux, etc.). Grâce au site, les deux points de vente initiaux ont très largement étendu leur zone de chalandise, avec des commandes provenant de toute la France, mais aussi de Belgique et de Suisse.
- *Puissance exceptionnelle de la plate-forme* – Le directeur de la société a très vite réalisé tout ce que pouvait lui apporter la plate-forme de commerce électronique pour développer, et s'y est énormément investi, en y consacrant beaucoup de temps. Selon ses dires, les outils mis à disposition sur la plate-forme sont très puissants pourvu que le commerçant se donne l'effort et les moyens de les exploiter. Les résultats obtenus

vont largement au delà de ses espérances. La société a l'intention d'aller encore plus loin dans les mois à venir, notamment en développant les actions marketing à partir du site.

- *Excellent rapport coût/performance* – Aux dires du directeur du site, la solution Store Factory, proposée moyennant un abonnement de 50 Euros par mois, en vaut largement trois fois plus. Les frais fixes supportés par le commerçant pour le site sont très faibles par rapport à la puissance de la plate-forme.
- *Une très bonne réactivité du support* – Le service de support de Store Factory est toujours disponible, et apporte une réponse très rapide à toutes les demandes de revesdefees.com, qui le sollicite fréquemment pour des questions techniques et de nouveaux développements.
- *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.

CONTACT

Gary Elkaim, dirigeant de la société Rêves de Fées.
Tél. 01 77 99 36 45