

Compario accompagne BUT dans le développement de sa stratégie cross-canal

Après la refonte de son site marchand et la sortie de son nouveau catalogue produit, BUT renforce sa stratégie cross-canal en lançant une application M-Commerce pour iPhone et Android

Stratégie Cross-Canal : une priorité dans la politique de développement de BUT

A partir de 2009, BUT décide de mettre en place une véritable stratégie cross-canal et prend la décision, dans un premier temps, de lancer un site E-Commerce.

Avec l'objectif de s'entourer des technologies les plus éprouvées, BUT refond son site marchand en 2010 et sélectionne Compario pour gérer la structuration et l'enrichissement des fiches produits, optimiser la gestion de son catalogue et renforcer la gestion de l'E-Merchandising de ses applications. Le nouveau site BUT voit le jour début 2011.

Très rapidement ensuite, Compario accompagne à nouveau BUT dans le développement d'une application mobile pour iPhone et Android.

Les 7500 références proposées sur son site sont désormais disponibles via son application mobile.

3,5 millions de visiteurs uniques par mois et une clientèle élargie

Le nouveau site BUT génère aujourd'hui un trafic de 3,5 millions de visiteurs uniques par mois et représente le plus grand magasin en termes de chiffre d'affaires.

« Nous avons multiplié notre trafic par six en quatre ans, explique Stéphane Bandura, Chef de Projets Internet de BUT. Nous avons réussi à attirer une clientèle différente et complémentaire de notre clientèle en magasin, un petit peu plus jeune et plus « branchée ». Internet représente aujourd'hui notre plus grand magasin en termes de chiffre d'affaires ».

Une application M-Commerce pour compléter la vitrine de l'offre BUT

A l'instar du site Internet, l'application mobile de BUT, disponible depuis quelques jours sur iPhone et Android, réunit les 7500 références de la marque, avec une indication de la disponibilité des stocks, des promotions et des ventes-flash. Des fonctionnalités poussées d'E-Merchandising, d'optimisation de la navigation en ligne et de la recherche de produits ont été mises en place grâce à la technologie Compario. L'application possède également des fonctionnalités de géolocalisation permettant au mobinaute d'identifier immédiatement le magasin BUT le plus proche avec un lien sur Google Map, un lecteur de QR Code propulsé par Lynkware, ainsi qu'une fonctionnalité de partage sur Facebook.

« Il n'est pas évident de naviguer au sein d'une grande quantité de références, surtout sur une application mobile, explique Stéphane Bandura. Le niveau très fin de segmentation que nous avons pu atteindre grâce à Compario a été un vrai plus. C'est au niveau des statistiques de trafic sur les pages et des statistiques de consultations produits que nous nous rendons compte de l'importance du rôle de la segmentation. »

Et d'ajouter : *« L'objectif de notre nouvelle application mobile est de drainer du trafic en magasin et de présenter l'intégralité de notre gamme dans un contexte innovant. C'est une décision également importante en termes d'image pour l'enseigne BUT ».*

Un lien étroit entre Internet, les magasins, le catalogue papier et l'application mobile

BUT possède un réseau de 215 magasins dont une partie sont en nom propre et une partie en réseau franchisé.

« Tous nos canaux de distribution sont liés et proposent la même offre, reprend Stéphane Bandura. Le canal Internet influe positivement sur nos ventes en magasin et augmente le chiffre d'affaires généré par les différents points de vente physiques. Certains clients se déplacent ainsi en magasin après avoir consulté nos offres sur Internet, ou après avoir consulté notre catalogue, pour voir les produits et les acheter directement. Et notre nouvelle application mobile devrait également générer de nouvelles opportunités pour nos magasins. Elle va permettre d'attirer un profil d'acheteurs qui veulent pouvoir accéder à l'intégralité de l'offre BUT via leur mobile, iPhone ou Android, quel que soit l'endroit où ils se trouvent. »

Internet se positionne comme apporteur d'affaires, c'est-à-dire que toutes les ventes et tous les flux financiers qui transitent sur le site Internet sont directement rétribués en magasin. La vente est attribuée par zone de chalandise, en fonction du code postal du client. Cela concerne également les ventes réalisées via la nouvelle application mobile.

« Compario a permis à BUT de réellement découper, segmenter et hiérarchiser son offre, constate Stéphane Vendramini, Directeur Avant-Vente et Stratégie Produit de Compario. L'internaute peut ainsi facilement trouver le produit recherché en fonction de critères de sélection extrêmement précis. Pour l'application Web de BUT, nous avons développé des filtres très fins au niveau de la recherche produit, qui ont très simplement et rapidement pu être ré-exploités au niveau de l'application M-Commerce. »

BUT mise sur le E-Commerce et le M-Commerce pour développer son chiffre d'affaires

Le E-Commerce est un élément clé de la stratégie de BUT. La complémentarité entre les magasins physiques et le site E-Marchand est réelle et BUT estime que l'activité E-Commerce et M-Commerce explosera dans les prochaines années. Les attentes sont très fortes sur ces canaux, encouragées par une communication très soutenue pour apporter de la visibilité auprès de clients potentiels (communication TV, Apple Store, push sur les mobiles...), l'objectif étant pour BUT d'affirmer sa présence au travers de canaux de communication complémentaires.

« Le mobile apporte une nouvelle brique dans notre projet multicanal. Véritable trait d'union entre le site, le catalogue et le magasin, nos applications vont permettre de faire le lien entre ces différents canaux. L'intégration du moteur Compario par Phoceis s'est déroulée dans un temps record, nous permettant d'unifier notre catalogue de façon transversale », déclare Vincent Lévy, Directeur Internet de BUT.

A propos de BUT :

- Enseigne française d'ameublement
- 215 magasins
- 10% de part de marché en 2010
- Un site marchand créé en 2010

Pour en savoir plus : www.but.fr

A propos de Compario :

Compario développe et commercialise des solutions de Commerce Connecté ayant pour objet de :

- Optimiser la navigation en ligne et la recherche de produits
- Maximiser le merchandising de produits quel que soit le canal ou le type de matériel choisi (site web, smartphone, tablette multi-touch, réseaux sociaux...)
- Faciliter la structuration et la gestion du catalogue web

Utilisée dans plus de 12 pays, la solution Compario a été choisie par les plus grands noms du commerce en ligne, tels que 3 Suisses, Avenir Telecom, BUT, Casino, ChateauOnline, Conforama, Damart, Decathlon, Intersport, Conforama, Made in Sport (Groupe Printemps), Milonga Music (Groupe Cultura), Quelle, Surcouf, Toupargel, Truffaut, UFC Que Choisir, Webdistrib...

Pour en savoir plus : www.compario.com

Contact Presse :

Armelle Amilhat
H&B Communication
Tel : 01 58 18 32 47 / 06 82 92 94 43
eMail : a.amilhat@hbcommunication.fr

Géraldine Teboul
Compario
Tél : 01 42 80 14 57 / 06 23 40 39 40
eMail : geraldine.teboul@compario.com