



## Surcouf choisit Compario pour optimiser l'expérience client sur son site

Paris, le 22 août 2011 - Dans le cadre de la refonte de son site Internet, Surcouf choisit Compario pour structurer son catalogue produit, renforcer la gestion de l'e-merchandising et donner une dimension multicanal très forte à sa stratégie sur le Web.

### Internet au cœur de la stratégie Surcouf

Internet est aujourd'hui au cœur de la stratégie de Surcouf et dans cette logique, l'enseigne a entamé une refonte complète de son site Web. « *Notre site web représente le 3<sup>e</sup> chiffre d'affaires de l'enseigne, ce qui nous paraît insuffisant, explique Yahia Hajji, Directeur Général Multicanal de Surcouf. Le Web représente un très fort relai de croissance pour nous, et la refonte de notre site va nous permettre de renforcer notre présence sur le Net.* »

### Des objectifs bien identifiés avec une finalité : toucher une clientèle plus grand public

Les objectifs de la refonte du site sont multiples : tout d'abord un besoin exprimé de remettre le site au goût du jour, selon les derniers standards du Web, de l'**e-marketing** et de l'**e-merchandising**. Deuxièmement, la volonté de donner une **dimension multicanal** très forte à ce nouveau site, en créant un lien puissant entre points de vente et site Internet, avec la possibilité par exemple de commander en ligne et de venir chercher sur place, ou de prendre rendez-vous avec un vendeur directement en ligne. Enfin, l'objectif est également de capitaliser sur la forte notoriété de la marque pour donner à ce nouveau site une forte **dimension communautaire**.

« *Notre clientèle historique est représentée par une communauté d'experts, de technophiles, constate Anne-Sophie Rembault, Directeur Marketing. Notre volonté est d'élargir ce panel de clients pour toucher une clientèle plus grand public. Actuellement, ceux qui achètent en ligne sont en majorité des connaisseurs, notamment depuis que nous avons mis en place une politique très agressive de prix sur notre site. Mais nous attirons également une clientèle plus grand public qui va comparer avant d'acheter, qui va se renseigner sur le site pour aller ensuite acheter en magasin. C'est cette clientèle que nous souhaitons développer en priorité aujourd'hui.* »

## **Surcouf choisit Compario pour optimiser l'expérience client sur son site**

**Simplifier la navigation, optimiser l'e-merchandising, structurer de façon optimale un catalogue produit qui va passer de 20 000 à 30 000 références d'ici la fin de l'année, ce sont les objectifs que Surcouf souhaite atteindre avec Compario.**

*« Nous avons choisi Compario car nous souhaitons intégrer un outil puissant en termes de moteur de recherche, de fonctionnalités de merchandising, et de gestion multicanal, précise Olivier Guyotte, Directeur E-Commerce. La solution devait également être facilement utilisable par nos collaborateurs et « évolutive ». Elle devait s'adapter aux différents projets que nous avons, à savoir la refonte du site Web, un projet autour de la mobilité et l'installation de bornes multi-touch en magasin. »*

*« L'offre Compario est parfaitement adaptées aux besoins fonctionnels de Surcouf, reprend Stéphane Vendramini, Directeur de la Stratégie Produit de Compario. Surcouf recherchait un outil modulable, capable d'accompagner ses projets d'aujourd'hui et de demain. La solution Compario possède une couverture fonctionnelle très large, une souplesse d'utilisation et de paramétrage, ainsi que des fonctionnalités de navigation et recherche à facettes, de gestion cross-canal, d'upselling et de cross-selling. »*

### **Une équipe dédiée pour mener à bien le projet**

Surcouf constitue une équipe forte pour gérer le site Web Surcouf. Cette équipe comprendra 3 pôles : le **pôle logistique**, le **pôle commercial**, avec une équipe d'acheteurs et de chefs de produits, et le **pôle marketing**, élément clé de la stratégie. Il y a un 4<sup>e</sup> pôle, déjà opérationnel, qui est le **pôle technique**, constitué d'une équipe de développeurs, qui a en charge la partie construction et développement du site. En tout une vingtaine de personnes dédiées au bon fonctionnement du site Web Surcouf.

Pour diriger l'équipe, deux personnes : Yahia Hajji, Directeur du projet, et Olivier Guyotte, Directeur E-Commerce, ancien Directeur de magasin Surcouf. L'objectif est de créer une relation forte entre les magasins et le site, et de gérer l'aspect multicanal. Le choix d'un Directeur de magasin comme Directeur Web n'est pas anodin. Surcouf souhaitait en effet nommer un Directeur Web qui ait une excellente connaissance des problématiques et des contraintes des points de vente physiques et du Web, afin de faciliter la gestion de l'aspect multicanal.

### **Le chiffre d'affaires du Web est redistribué aux magasins**

L'organisation choisie par Surcouf pare aux conflits éventuels qui pourraient survenir entre le chiffre d'affaires généré par le Web et celui généré par les magasins.

*« Le fait d'avoir un seul et même patron qui dirige l'ensemble des canaux de distribution facilite les choses, explique Yahia Hajji. Ensuite, nous avons pris le pari très fort de travailler pour un seul objectif au-delà de la satisfaction client, le chiffre d'affaires. La décision a été*

*prise de redonner le chiffre d'affaires généré par le Web aux magasins. Il est normal qu'un magasin qui participe à l'activité Web prenne tout ou partie de ce chiffre d'affaires. Le magasin va dédier du temps, des hommes, notamment sur de « l'emporté Web », va mettre un stock à disposition. Il est normal qu'il soit rétribué. »*

### **Un objectif : doubler son chiffre d'affaires sur le Web sur l'année 2011-2012**

Les indicateurs clés de Surcouf pour mesurer le succès de sa stratégie Web seront axés autour de **l'augmentation du taux de conversion** et de **la simplification du parcours client**.

*« Notre objectif principal est d'augmenter notre taux de conversion, afin d'augmenter notre chiffre d'affaires, conclut Yahia Hajji. Nous allons également mesurer l'expérience client, et la facilité que vont avoir les internautes pour comprendre notre site, que ce soit sur la partie recherche ou la partie merchandising. Sur un plan plus qualitatif, l'un des objectifs est l'intégration de 10 000 références supplémentaires sur le site d'ici la fin de l'année. »*

#### **A propos de Surcouf :**

Créé en 1992, Surcouf compte aujourd'hui 700 collaborateurs et 6 magasins. Le premier magasin, situé à Paris (12<sup>e</sup> arrondissement), propose plus de 30.000 références sur une surface de vente de 8.000 m<sup>2</sup> répartie sur 3 niveaux. Il accueille plus de 3 millions de visiteurs annuellement. Depuis septembre 2002, Surcouf entamé son déploiement au niveau national avec des ouvertures à Mérignac et un deuxième magasin parisien Boulevard Haussmann. Le site Internet, surcouf.com, lancé en mai 2001, accueille 1,5 million de visites mensuelles. Il y a un an Hugues Mulliez a racheté Surcouf et fusionné avec Youg's. En septembre 2010, l'enseigne ancre son positionnement de leader en inaugurant le nouveau flagship et le nouveau siège social à Lille, rue du Molinel.

Pour plus d'informations : [www.surcouf.com](http://www.surcouf.com)

#### **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, le groupe Boulanger, Bouygues Telecom, BUT, ChateauOnline, le groupe Cultura, Delhaize, Intersport, la Maison de Valérie, Millésima, Milonga Music, Peugeot, Pièces et Pneus, le groupe PPR, le groupe Printemps, Quelle, Test Achats, UFC Que Choisir, WebDistrib, Truffaut, le Groupe Casino...

Pour plus d'informations : [www.compario.com](http://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](mailto:a.amilhat@hbcommunication.fr)

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