

Créer une communauté de client

Filiale d'un groupe dans la grande distribution, cette entreprise possède une vingtaine de magasins en région Rhône-Alpes. La stratégie de l'entreprise est "*d'avoir une longueur d'avance*" sur les acteurs du marché. C'est sur la base de cette orientation stratégique que le projet de site Internet a été lancé.

Les objectifs de ce projet étaient les suivants :

- Associer les magasins à un projet de communication d'envergure
- Présenter les produits et les promotions par magasin
- Donner un espace de communication aux clients afin que ceux-ci puissent échanger sur
- Associer les fabricants qui peuvent ainsi bénéficier d'un espace présentant leurs produits.

Ici encore il ne s'agissait pas de se servir de l'outil Internet pour vendre des produits mais pour qu'il renforce le positionnement de l'enseigne sur son marché. Ni institutionnel, ni économique, le nouveau site web mis en place se démarque des sites Internet classiques. Résolument pratique et convivial, il offre des informations pratiques, un espace de discussions à destination des clients, et une gamme de services allant de la ludothèque aux offres promotionnelles proposée par le réseau des magasins

Le projet met en ligne des services personnalisés vers les clients fidèles de l'enseigne, avec plusieurs dizaines de milliers de références articles, un système de devis personnalisé, et la possibilité de commander. Le site permet à L'enseigne de diversifier ses supports marketing et ce à moindre coût. Dès le lancement du site, celui-ci a connu un succès inespéré en terme de fréquentation, pour atteindre, certains mois, 10 000 connexions. Ce succès permet de véhiculer auprès des internautes et clients potentiels une image de marque de "service de haut niveau". Il permet "d'occuper le terrain", de fidéliser le client et de prendre une longueur d'avance sur les géants de la distribution