

## **S'affranchir des canaux de communication usuels**

Cette entreprise de 700 personnes crée, produit et distribue des chaussures et de la maroquinerie de luxe. La société diffuse ses produits à travers 85 magasins, filiales ou franchisés à travers le monde : 60% de la production part à l'exportation.

La mise en place du site web a été la première application e-business mise en place par la société. Le web permet d'avoir une présence mondiale immédiate et de faire évoluer l'image d'un produit, d'une entreprise ou d'un service. Là où de nombreuses campagnes de publicité télévisée ou de presse auraient été nécessaires, le web de par son coût modique permet d'envisager une politique de communication long terme à moindre coût. L'entreprise s'est trouvée confrontée à un problème d'érosion de son image de marque. Soucieuse de s'ouvrir sur des marchés grand public et à l'international, l'entreprise souhaitait changer son image de marque en la revitalisant, notamment auprès du grand public.

Après une première version réalisée en interne, la société a fait appel à une agence web qui, en suivant les conseils de l'agence de communication de l'entreprise, a procédé à une refonte du site pour la deuxième saison. Aujourd'hui, l'ensemble des activités liées au site Internet est externalisée.

Même si le retour sur investissement est difficilement chiffrable, le site bénéficie de très bonnes statistiques de visite, ce qui est une grande satisfaction pour un site vitrine. En terme d'image de marque, la société a bénéficié d'articles dans la presse professionnelle et dans la presse féminine (Elle). Une bonne surprise : contactée par mail, la société a pu ouvrir, sous l'impulsion d'un internaute, un point de vente au Venezuela.