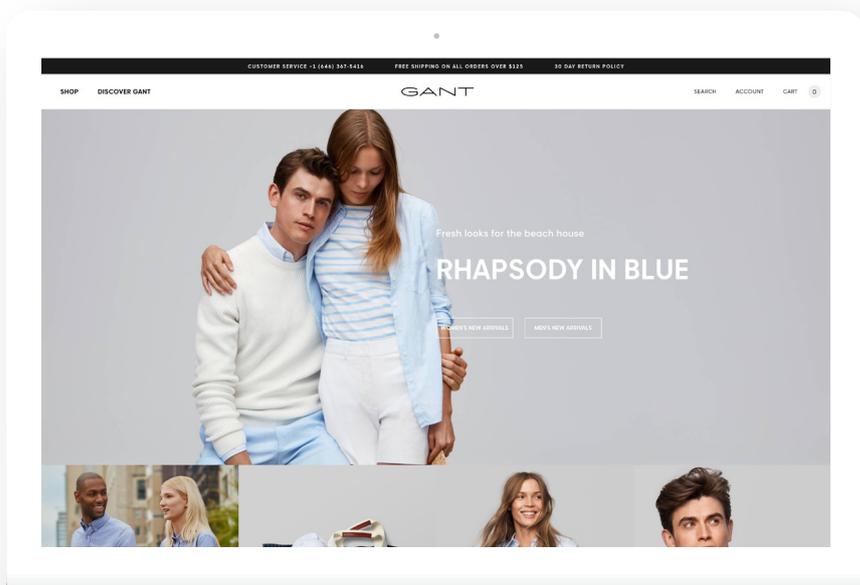


HISTOIRE D'UNE RÉUSSITE

GANT



GANT constate une augmentation des ventes et une réduction des retours grâce au contenu généré par les utilisateurs

L'un des plus grands défis pour les entreprises de e-commerce est de traiter des retours longs et coûteux. Ceci est particulièrement vrai pour les boutiques de mode en ligne, où les clients commandent souvent le même article en plusieurs tailles et couleurs différentes. Sur le marché allemand, les entreprises doivent proposer aux clients la possibilité de payer à crédit, les encourageant ainsi à commander le même article plusieurs fois.

GANT, marque américaine du secteur du lifestyle, devait réduire le nombre de retours. Cela fait quelque temps que GANT a lancé sa boutique en ligne, proposant des vêtements de haute qualité pour hommes et pour femmes. Depuis 2013, GANT enregistre une croissance annuelle de 30 % à 40 % sur les ventes en ligne. Afin de poursuivre sur cette lancée, GANT s'est tournée vers le contenu généré par les utilisateurs (CGU).

PRÉSENTATION EN UN COUP D'ŒIL

Défi

Réduire le nombre de retours.

Solution

Utiliser du contenu généré par les utilisateurs pour fournir aux clients des informations sur la coupe, la taille et d'autres caractéristiques.

Résultat

Obtenir une baisse de 5 % du taux de retour et une augmentation des ventes.

Solutions présentées



Ratings & Reviews
de Bazaarvoice



Questions & Answers
de Bazaarvoice

5%

DE RÉDUCTION DU TAUX DE
RETOUR



*Nous en avons déduit
que les clients font
davantage confiance
aux opinions d'autres
clients qu'à la
publicité*

Werner Hammer

Responsable de l'e-commerce, GANT

Une réduction de 5 % du taux de retour

Les acheteurs en ligne considèrent les avis clients comme une source importante d'informations authentiques sur les produits. D'après les données du réseau Bazaarvoice regroupant des milliers de sites de marques et de distributeurs, 34 % des acheteurs de vêtements consultent les notations et les avis avant d'acheter en ligne, ce qui les rend 128 % plus enclins à finaliser leur achat.

GANT s'est associée à Bazaarvoice pour collecter et partager du CGU sur des caractéristiques telles que la coupe, la couleur et la taille. Cela aide les clients à trouver les vêtements leur convenant le mieux.

Dans les six mois suivant la mise en œuvre des solutions Ratings & Reviews et Questions & Answers de Bazaarvoice, GANT a économisé 300 000 € grâce à la baisse de 5 % du taux de retour.

Ce résultat est d'autant plus important du fait que GANT vend des vêtements de meilleure qualité, plus onéreux que dans d'autres magasins de mode, et cible une clientèle dépassant 40 ans.

Une augmentation des ventes pour les articles les plus populaires

Depuis l'utilisation active des avis, GANT a également constaté une augmentation de 50 % des ventes en ligne pour les articles les plus vendus en magasin. Avant la collaboration avec Bazaarvoice, les produits les plus populaires dans les boutiques traditionnelles de GANT, tels que les sweaters à col en V, les polos et les chemises Oxford, étaient beaucoup moins demandés en ligne.

« Désormais, ces articles se vendent très bien », explique M. Hammer.
« L'impact est donc très positif. »

GANT®

PROFIL DE LA SOCIÉTÉ

Mode/lifestyle haut de gamme

CLIENT DEPUIS

2013

À PROPOS DE L'ENTREPRISE

Fondée en 1949, GANT associe l'élégance à l'européenne à des vêtements de sport d'inspiration américaine et possède sa propre enseigne dans des dizaines de pays en Amérique du Nord, en Asie et en Europe.

bazaarvoice®

Bazaarvoice France | 33 Avenue de Wagram, 75017 Paris

Tel: +33 (0)1 73 00 05 00 | info@bazaarvoice.com

www.bazaarvoice.com/fr | www.bazaarvoice.com/blog | [f](#) | [t](#)

© Bazaarvoice, 2019