

SUCCESS STORY

Boulanger



Grâce à Bazaarvoice, Boulanger propose un service incomparable, affine ses offres de produits et gagne la confiance des clients

Fondé en 1954, Boulanger est devenu l'un des principaux e-commerçants de produits multimédia, loisirs et électronique grand public en France. Outre ses 136 magasins implantés dans tout le pays, la société a établi une forte présence en ligne. Ainsi, l'entreprise est à même de répondre aux besoins des consommateurs, qu'ils soient chez eux ou en rayon.

Selon Fanny Janiaczyk, Community Manager chez Boulanger, « Nous nous efforçons de fournir des produits et services de qualité, et engageons des professionnels compétents. Recueillir directement l'avis des clients nous permet également de comprendre ce qu'ils souhaitent vraiment. Nos clients ressentent que nous sommes à l'écoute et leurs commentaires nous sont précieux. Nous avons constaté que l'environnement commercial moderne présente le risque de placer une barrière entre nous et nos clients, et c'est exactement ce que Boulanger veut éviter à tout prix. »

DÉFI 1 : RECONNECTER AVEC LES CLIENTS, À LA FOIS EN LIGNE ET EN MAGASIN, EN OFFRANT LES PLUS HAUTS NIVEAUX DE SERVICE

Solution: en comparant les principaux fournisseurs de solutions de bouche-à-oreille, Boulanger a identifié Bazaarvoice comme le meilleur de sa catégorie. Il est apparu clairement que « Bazaarvoice Ratings & Reviews » était parfaitement adapté à leurs besoins, offrant une solution exhaustive et spécialisée, vouée à interagir avec les clients par le biais de communications en ligne. L'objectif clé

EN RÉSUMÉ

Featured Solutions



Ratings & Reviews

92%

D'AVIS COLLECTÉS
DEPUIS LE PIE



de Boulanger était d'obtenir un volume élevé de contenu généré par les consommateurs afin de couvrir l'ensemble du catalogue qui évolue en permanence.

Dans un premier temps, les adresses électroniques des clients ont été recueillies de manière systématique en ligne, et occasionnelle en magasin. Puis, trois semaines après la transaction, les clients étaient invités à évaluer le produit acheté ainsi que leur expérience d'achat.

Un fort niveau de participation est essentiel à la réussite du projet. Aussi, les clients ont été encouragés à participer à un concours mensuel offrant la possibilité de gagner l'une des cinq cartes cadeaux de 100 euros proposées. Désormais, les clients peuvent communiquer directement avec Boulanger et prendre des décisions d'achat mieux avisées, avec la conviction que leur opinion est prise en compte.

Avantages : En 2012, 92 pour cent des avis sur Boulanger étaient issus de la technologie PIE (post-interaction email) de Bazaarvoice. En outre, la promotion liée aux cartes cadeaux a assuré un taux de conversion de l'email à un avis client de 40 pour cent, contre seulement 25 pour cent sans une telle initiative. Ainsi, l'entreprise a pu générer une base de données comprenant plus de 98 000 avis en un peu plus de deux ans.

DÉFI 2 : EXPLOITER L'EXPÉRIENCE CLIENT ET DÉCOUVRIR DE FAÇON SYSTÉMATIQUE CE QUE LES CLIENTS PENSENT DES PRODUITS ET SERVICES

Solution : Grâce au système de modération humaine et à la solution « Advanced Content Tagging », des codes spéciaux sont attribués aux réponses des clients ; cela permet de transférer les avis automatiquement aux services les mieux adaptés pour les traiter. Les avis identifiant des problèmes concernant les produits sont directement envoyés aux responsables des achats, et ceux relatifs à l'expérience d'achat sont dirigés vers les services clients. Pour tenir compte de cette diversité géographique et des différentes compétences au sein de Boulanger, les modérateurs de Bazaarvoice participent également à la préparation de rapports trimestriels qui sont communiqués aux services, afin d'exploiter les avis clients dans une perspective de création de valeur au sein de toute l'entreprise.

Avantages : L'équipe produit de Boulanger dispose désormais d'un accès constant aux commentaires des clients, ce qui lui donne des informations précises pour un coût inférieur à celui de ses *focus groups* habituels. De plus, les commentaires ont contribué à développer les gammes de produits « Essentiel b » et « Listo ».

Grâce aux avis intimement intégrés à la structure de l'entreprise, le catalogue de produits est en constante évolution en fonction des besoins des clients :

- les produits insatisfaisants sont rapidement identifiés et remontés pour optimisation aux fournisseurs externes ou à la société en charge de développer les produits de marques propres pour Boulanger ;
- les descriptions de produits peuvent être modifiées afin de rectifier des erreurs soulevées par les clients ;
- et les décisions de tarification et de valeur sont mieux ciblées.



Cette optimisation structurelle a permis de mettre sur pied le catalogue de produits le plus à jour et le plus pertinent possible. Enfin, Bazaarvoice aide Boulanger à devenir plus transparent en communiquant les demandes des clients et en permettant à Boulanger d'y répondre, que ce soit publiquement ou via des canaux privés.

CONCLUSION

Boulanger dispose désormais d'une solution d'engagement de la clientèle qui répond à deux objectifs : faire participer ses clients et exploiter les avis clients pour optimiser ses offres de produits. Fanny Janiaczyk déclare d'ailleurs : « Bazaarvoice a permis à Boulanger de recréer l'intimité dont nous bénéficions avec nos clients quand nous avons commencé nos activités dans les années 1950. Ils peuvent interagir avec nous personnellement, qu'ils soient en magasin ou en ligne depuis leur canapé. Ils ont le sentiment d'être écoutés et reprennent ainsi le contrôle de leur expérience d'achat. Le fait de les écouter nous permet d'offrir le catalogue de produits le plus à jour et le service clientèle le plus réactif possibles. En d'autres termes, nous gagnons leur confiance et leur fidélité. »



PROFIL DE LA SOCIÉTÉ

Commerce de détail

CLIENT DEPUIS

2009

À PROPOS DE COMPAGNIE

<http://www.boulanger.fr>
Villeneuve d'Ascq, France

bazaarvoice®

Bazaarvoice France | 33 Avenue de Wagram 75017 Paris

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

www.bazaarvoice.fr | www.bazaarvoice.com/blog | f |