

SUCCESS STORY

Vertbaudet



Vertbaudet place le contenu généré par les utilisateurs au cœur de sa stratégie commerciale et marketing

Vertbaudet est le pure-player leader européen du monde de l'enfant, avec 8 sites Internet, plus de 100 millions de visites sur le site web et 20 millions de produits vendus par an.

Par son expertise et sa créativité, Vertbaudet développe une offre exclusive répondant à tous les besoins des enfants et des jeunes parents : mode, maison, puériculture, jouets et maternité.

Vertbaudet compte 3,5 millions de clients en Europe avec une offre disponible en Allemagne, en Espagne, au Portugal, en Belgique, en Suisse et au Royaume-Uni. En France, Vertbaudet est également présent avec plus de 77 magasins exclusifs.

Acteur de référence sur son marché, Vertbaudet a souhaité faire appel à Bazaarvoice pour aller encore plus loin dans sa stratégie de fidélisation clients en adoptant la solution Ratings and Reviews. L'utilisation des avis produits permet à l'entreprise de mieux comprendre les attentes de ses clients tout en améliorant son offre et ses services.

UNE COLLABORATION POUR TOUJOURS PLUS DE PERFORMANCE

Dans le cadre de ce programme, un million d'avis ont été collectés sur les produits, soit un taux de couverture de 72 % des références. Le revenu par visiteur a augmenté de 10 %. Autre chiffre parlant : les ventes ont progressé de 12 % parmi les visiteurs du site ayant consulté les avis.

EN BREF

Le défi

Identifier les attentes des clients de Vertbaudet afin de leur offrir des produits répondant à leurs besoins.

La solution

Renforcer l'écoute des clients de Vertbaudet en tirant parti des notes et avis produits.

Le résultat

Une augmentation significative de la fidélité clients et des ventes.

Solution proposée



Bazaarvoice
Ratings & Reviews



72 % du catalogue produit de Vertbaudet est désormais concerné par les avis.

Les ventes ont progressé de 12 % parmi les visiteurs du site ayant consulté les avis.

Chrystel Desproges

Directrice eCommerce et Marketing,
Vertbaudet



Comment fonctionne concrètement le dispositif ? Des emails post-achat sont envoyés aux consommateurs de la marque Vertbaudet deux semaines après leur achat en ligne afin de pouvoir recueillir leur avis. Ces avis sont ensuite envoyés à Bazaarvoice pour être modérés.

Améliorer la qualité des produits

Le contenu généré par les consommateurs est un outil efficace pour connaître le sentiment de ces derniers sur des produits spécifiques. Le feedback consommateur permet de disposer de précieuses informations pour le marketing et la conception des produits.

Par exemple, le contenu généré par les utilisateurs a permis d'ajuster la coupe de certains vêtements pour femme enceinte ou pour enfant. Une campagne réalisée auprès de futures mamans a ainsi permis à la marque de revoir les mesures de la « robe dentelle de grossesse », jugée trop petite par les utilisatrices. Par ailleurs, des espaces de rangement ont été améliorés par Vertbaudet grâce aux consommateurs, qui ont exprimé leur souhait d'avoir des tiroirs plus grands pour plus de commodité. Une fois le produit retravaillé, sa note en ligne a considérablement augmenté.

La Directrice Marketing de Vertbaudet explique : « Donner la parole aux consommateurs via des solutions innovantes telles que celles de Bazaarvoice nous permet d'entrer dans une nouvelle ère en matière de consommation. Désormais les consommateurs sont en recherche de plus d'authenticité et font davantage confiance aux avis émis par leurs pairs, c'est-à-dire par ceux qui leur ressemblent, qu'aux marques et distributeurs et même aux influenceurs. Et Bazaarvoice est le partenaire idéal pour cela, son expertise et son service de modération nous permettent de garantir à nos consommateurs des avis clients authentiques, fiables et très qualitatifs. Nous sommes donc particulièrement heureux de cette collaboration. »

EN ROUTE VERS DE FUTURS SUCCÈS

Pour le futur, Vertbaudet et Bazaarvoice entendent renforcer leur collaboration, l'un des objectifs principaux étant d'augmenter les parts de marché de la marque dans d'autres pays en Europe, la mise en place des solutions Bazaarvoice ayant un impact direct sur l'évolution du nombre de clients, tous marchés confondus. Les deux entreprises souhaitent adopter une approche Client 360, afin de mieux anticiper les besoins de la clientèle de Vertbaudet ainsi que les tendances du moment.

« La solution Ratings & Reviews est l'une des clés de notre stratégie de renforcement sur différents marchés, et nous comptons en faire bon usage » poursuit Chrystel Desproges. « Pour les prochains mois, nous souhaitons, avec l'aide de Bazaarvoice, travailler tant sur les avis négatifs que sur les avis positifs. En effet, les avis, négatifs comme positifs, sont véritablement précieux. Négatifs, ils permettent à nos équipes d'améliorer les produits. Positifs, ils permettent d'informer les autres consommateurs sur les bienfaits du produit. Dans les deux cas, plus ils seront détaillés, plus nous serons gagnants ! » se réjouit Chrystel Desproges chez Vertbaudet.



Les méthodes de Bazaarvoice visent à assurer l'authenticité et la fiabilité des avis et des notes en ligne. Notre partenaire nous aide donc à répondre aux nouveaux besoins des consommateurs.

Chrystel Desproges

Directrice eCommerce et Marketing,
Vertbaudet

vertbaudet

PROFIL DE L'ENTREPRISE Secteur équipement enfants

CLIENT DEPUIS
2009

A PROPOS DE L'ENTREPRISE

Vertbaudet est une entreprise française et un leader européen du monde de l'enfant, développant une offre exclusive et proposant près de 100 marques répondant à tous les besoins des enfants (de 0 à 12 ans) et des jeunes parents : mode, maison, puériculture, jouets et maternité.

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, 2020