



Bongénie Grieder améliore ses ventes grâce au PIM d'Akeneo

Nantes, le 27 septembre 2022 - À l'occasion d'un webinar organisé par le Hub Institute sur l'avenir de l'expérience client, [Akeneo](#), expert de la gestion de l'expérience produit (PXM), est intervenue aux côtés de son client Bongénie Grieder, icône du luxe suisse, qui a su reproduire la qualité du parcours d'achat proposé dans ses points de vente physiques sur son site e-commerce, grâce au PIM Akeneo.

Durant l'événement "Back to Business : l'avenir de l'expérience client" organisé le 25 août 2022 par le Hub Institute, différents retailers ont été invités à partager leurs expériences en matière de développement de l'expérience client et les évolutions dans les habitudes de consommation observées chez leurs clients. Accompagné d'Akeneo, Hugo Roche, Digital & Marketing Director chez Bongénie Grieder, a souhaité prendre part à l'événement et relater ses observations du marché.

L'importance des parcours d'achat hybride

Selon l'enquête B2C menée par Akeneo en début d'année 2022, près de 90 % des consommateurs privilégient la recherche en ligne des produits avant de les acheter ensuite en magasin. C'est ce qu'on appelle l'approche ROBO (Research Online, Buy Offline). C'est donc tout le parcours d'achat qui est à prendre en compte : les informations produits présentées sur les sites e-commerce doivent être cohérentes, complètes et retrouvées sur tous les autres canaux de vente. Ce trafic du "Web au magasin" est l'un des enjeux principaux du retail de demain. En effet, les consommateurs font des recherches dans l'intention d'acheter, et ne finalisent l'achat que si les informations produits les ont convaincus.

Pour répondre à cet enjeu du parcours d'achat hybride, Bongénie Grieder s'est équipée du PIM Akeneo pour se démarquer de la concurrence, en proposant un haut niveau dans l'information produit que la marque propose. De plus, l'entreprise a également pu améliorer la productivité de son site e-commerce, avec un contenu pertinent et une réduction du time to market. "Akeneo a répondu à l'ensemble des fonctionnalités dont nous avons besoin. De plus, nous partageons la même vision quant à l'évolution du marché et à nos perspectives de développement", déclare Hugo Roche.

Améliorer la productivité grâce à un PIM de qualité

Les équipes de Bongénie Grieder faisaient face à des problématiques qui les ont amenées à choisir la solution d'Akeneo. Le PIM a permis d'utiliser des règles

dynamiques, de gagner en temps et en efficacité, mais également de ne plus subir les contraintes liées à la barrière de la langue.

“Akeneo répondait initialement à tous les critères. Être en capacité de s’interconnecter un certain nombre d’outils, c’est ce qui fait la grande force d’Akeneo pour nous aujourd’hui. Nous sommes actuellement dans un projet de replatforming de nos systèmes e-commerce, l’objectif est ici de donner à l’expérience client une plus grande fluidité, plus de personnalisation, de recherche intelligente. Tout cela nécessite des données produits de qualité, et la gestion des attributs utilisés est clairement identifiée et couverte avec le PIM Akeneo”, se réjouit Hugo Roche.

Prendre en compte les valeurs de la marque

De plus en plus populaires, les valeurs des marques sont prises en compte lors de la décision d’achat des consommateurs, comme l’a constaté l’enquête B2C d’Akeneo. Il est nécessaire de véhiculer ces valeurs tout au long du parcours d’achat pour améliorer l’expérience client, et le PIM donne la possibilité de maîtriser et diffuser ces informations sur l’ensemble des canaux. C’est ainsi que Bongénie Grieder a pu promouvoir son image de marque sur un catalogue produits trilingue, avec des données produits de qualité et correctement traduites dans les différentes langues.

Finalement, Bongénie Grieder a gagné en productivité avec un time to market réduit, tout en assurant à ses clients une expérience unifiée quel que soit leur parcours d’achat : des éléments cruciaux pour assurer sa croissance et améliorer l’expérience client.

À propos d’Akeneo

Akeneo, leader mondial en Product Experience Management (PXM), permet aux entreprises de multiplier leurs opportunités de croissance grâce à une expérience produit cohérente et convaincante sur tous les canaux de vente : eCommerce, marketplaces, mobile, print, points de vente, etc. Avec sa plateforme open-source, son PIM de pointe, ses modules complémentaires, ses connecteurs et sa marketplace, Akeneo PXM Studio améliore considérablement la qualité et la précision des données produits, simplifie la gestion des catalogues et accélère la diffusion des informations produits sur tous les canaux de vente et dans toutes les régions.

Des leaders internationaux, fabricants, distributeurs ou retailers, comme Accor, Remy Cointreau, Cora France, Air Liquide, Franprix, Nature & Découvertes, Fossil font confiance aux solutions Akeneo pour adapter et personnaliser leurs stratégies de vente omnicanales et internationales. En utilisant Akeneo, les marques et retailers créent de l’expérience produit sur tous les canaux, ce qui leur permet d’optimiser l’expérience client qu’ils proposent, d’augmenter leurs ventes, de réduire leur time-to-market, d’accélérer leur expansion à l’échelle mondiale, et d’améliorer la productivité de leurs équipes. Pour plus d’informations : <https://www.akeneo.com>

Contact presse

Myriam El Jamali

01 445 345 00

myriam.eljamali@ace-rp.com