

LE CLIENT AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DES ENSEIGNES



*La co-création ou
comment rendre
le client acteur
de la marque*

CGI BUSINESS
CONSULTING

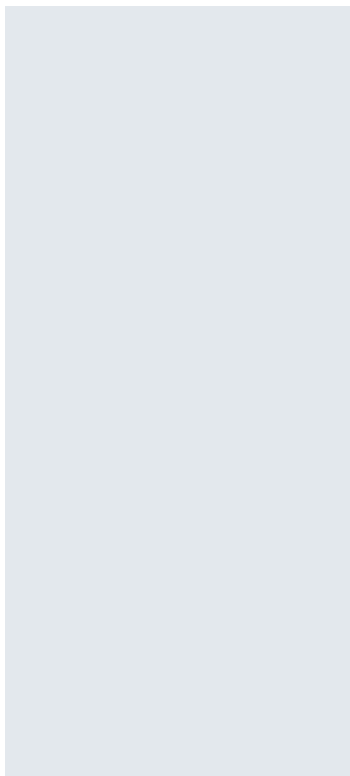


INTRODUCTION

L'expérience client est au cœur de la préoccupation des enseignes qui n'hésitent plus à impliquer leurs clients directement dans leurs stratégies, en les engageant tout au long de la chaîne de valeur.

En amont tout d'abord, avec les communautés que les marques ont créées, et avec qui elles interagissent, en proposant des idées et services nouveaux. Mais certaines marques vont plus loin, en impliquant directement leurs clients dans le processus de création. Cela conduit à l'émergence de plateformes de co-crédation mêlant marketing et technologie.

En aval de la chaîne du retail, la satisfaction et la fidélisation sont également au cœur de la stratégie (NPS, SAV). En parallèle se développent des initiatives plus surprenantes telles que la livraison collaborative. Ainsi, le client n'est plus seulement consommateur mais aussi acteur de la marque.





LA CO-CRÉATION AVEC LE CLIENT

C'est une démarche collaborative qui consiste à développer des produits ou services avec la participation active de ses clients.

Pour les entreprises, les objectifs sont de résoudre des problèmes complexes, anticiper les besoins du marché, et gagner en efficacité. Elle trouve de nombreuses applications, allant de la réinvention d'un produit ou d'une image de marque, à l'évaluation d'un naming, en passant par l'exploration de nouveaux concepts.

Des plateformes existent pour aider les entreprises à engager leurs clients. Fanvoice permet aux clients de partager leurs idées et retours d'expérience. Depuis 2014, Fanvoice a notamment collaboré sur plus de 400 projets de co-création.

Une collaboration gagnant-gagnant

Pour les clients

Faire entendre leur voix en contribuant à la création d'un produit plus adapté à leurs besoins

Profiter d'une expérience différenciante en étant au cœur du processus de développement de l'innovation

Pour les enseignes

Cultiver une meilleure relation client, plus authentique, avec des clients davantage engagés

Stimuler l'innovation grâce à un time-to-market plus rapide, et une réduction du risque d'échec

... qui peut prendre différentes formes

Sollicitation sur plusieurs canaux

Undiz sollicite ses clients sur WhatsApp pour exprimer leurs préférences sur ses futurs produits.

Collaboration via une plateforme

LEGO a créé en 2008 une plateforme en ligne qui permet aux clients de contribuer en soumettant leurs idées.

Engagement client

Business model basé sur la co-création

Chez Asphalté, la co-création implique de recueillir jusqu'à 15 000 réponses pour concevoir les vêtements en précommande.

La co-création client chez Décathlon

La plateforme de co-création de Décathlon a vu le jour en 2018

Types de contribution

- Proposition d'idées
- Suivi des projets
- Test de prototypes

Engagement de la communauté

- +50 000 créateurs
- 21 projets en cours seront mis en rayon entre 2024 et 2025

Décathlon, partenaire officiel des JO 2024, mise sur la co-création pour habiller les 45 000 volontaires.

Quelques chiffres



84% des Français sont prêts à aider les marques à s'améliorer
Source : Kantar 2021



59% des Français sont intéressés par les produits co-créés
Source : Shopadvisor 2021



+20% Hausse des ventes pour un produit dont l'étiquette indique qu'il a été co-conçu
Source : Harvard Business Review 2018

CONCLUSION

La co-création permet une collaboration étroite entre l'entreprise et le client, favorisant la satisfaction des deux parties. Elle permet d'impliquer le client du design à la conception, au test produit jusqu'à son amélioration. La co-création est une démarche qui répond aux enjeux actuels de la relation client.

La livraison collaborative répond également à ces enjeux, en impliquant le consommateur final, sur un des derniers maillons de la chaîne.

CGI Business Consulting est en mesure de vous accompagner dans la définition de cette nouvelle stratégie et la création de plateformes.



CONTACTS



Delphine Du e
Directrice Retail & Luxe
delphine.duee@cgi.com



Thierry Helou
Manager Retail & Luxe
thierry.helou@cgi.com



Ophélie Ouzounian
Consultante Retail & Luxe
ophelie.ouzounian@cgi.com

Chez CGI Business Consulting, cabinet de conseil majeur en France, nous sommes audacieux par nature.

Grâce à son intimité sectorielle et à sa capacité à mobiliser des expertises diverses, CGI Business Consulting apporte aux entreprises et aux organisations des solutions de conseil audacieuses et sur mesure, pour une réussite stratégique et opérationnelle de leurs projets de transformation.

Nos 1 000 consultants accompagnent nos clients dans la conduite et la mise en œuvre de leurs projets de transformation, dans une relation franche et de confiance, pour leur permettre de prendre les bonnes décisions.

Fondée en 1976, CGI figure parmi les plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information (TI) et en management au monde. Elle aide ses clients à atteindre leurs objectifs, notamment à devenir des organisations numériques axées sur le client.



L'audace par nature