

Comment Orchestra conquiert les inter-CE grâce à sa e-carte cadeau ?



Secteur d'activité : Textile enfants , Puériculture et maternité

Nombre d'employés : 4600

Chiffre d'affaires : 500 millions €

Zone géographique : France, Grèce, Suisse, Belgique, Maroc, Espagne, Allemagne, ...

Solution Buybox utilisée : Network

Orchestra est une enseigne de vêtements enfant, puériculture et maternité dont la volonté est d'accompagner les familles à travers de multiples services et produits.

Son objectif principal : simplifier la vie des parents. Pari réussi puisqu'aujourd'hui Orchestra c'est 450 magasins répartis sur plusieurs pays, un site web et son fameux Club qui compte plus de 2.5 millions adhérents



Contexte

Orchestra souhaitait étoffer et scaler son programme carte cadeau.

Disposant déjà d'une e-carte cadeau omnicanale, ses équipes ont parfaitement compris l'intérêt et la puissance de ce canal d'acquisition et de fidélisation client.

Ils ont choisi la solution Buybox Network pour multidiffuser leur carte cadeau auprès d'une sélection de distributeurs triés sur le volet et adaptés à leurs objectifs de croissance.

Leur but : toucher de nouveaux salariés-parents via des programmes CSE/RH.

Objectifs

Acquérir de nouveaux clients via les programmes CSE/RH des entreprises.

Résultats sur la distribution

+7%

de ventes en 5 mois

X2

nombre de distributeurs

61 €

carte cadeau moyenne

50 €

valeur faciale la plus multidiffusée

Orchestra accélère la distribution de sa e-carte avec Buybox Network

Avant – Une distribution artisanale de la carte cadeau

Au début, Orchestra avait peu de CE clients, et un processus manuel pour distribuer sa carte cadeau. Les échanges se faisaient par e-mail, les codes des cartes cadeaux étaient débloqués manuellement et envoyés par fichiers. Une solution chronophage et peu sécurisée.

Après – Une multidiffusion ciblée et sécurisée avec Buybox

Le choix de Buybox Network leur a permis d'accéder à un grand nombre d'inter-CE, en passant par des processus sécurisés, agiles et digitaux. Cerise sur le gâteau : Orchestra suit les performances en temps réel, distributeur par distributeur.

Des objectifs atteints haut la main

Est-ce que les objectifs ont été atteints ? Oui. Les chiffres le prouvent. Par exemple, au moment du lancement, sur le mois de septembre 2022, Orchestra a fait autant que toute l'année 2020. Les chiffres ne cessent de croître depuis (+66% entre 2023 et 2025).

Une relation business et régulière avec Buybox

Pour y arriver, Orchestra a pu s'appuyer sur les conseils des experts Buybox pour identifier de nouveaux distributeurs partenaires, développer des leviers d'amélioration, réaliser des bilans et réfléchir sur la stratégie long terme du programme carte cadeau.



Nous avons largement dépassé nos objectifs grâce à Buybox. A titre d'exemple, en septembre 2022 nous avons généré autant de ventes que sur toute l'année 2020, en vente de cartes cadeaux B2B.

”



Julien Alers

Responsable du Club Orchestra, partenariats et monétisation

Orchestra va s'appuyer sur sa carte cadeau pour développer plusieurs axes

La carte cadeau un levier d'acquisition client

La carte cadeau représente un levier d'acquisition client de qualité pour Orchestra. Elle est une excellente alternative pour offrir un cadeau à la famille et aux proches, puisqu'elle laisse le choix dans la dépense en magasin ou sur le site web.

Développement de la multidiffusion en Europe

Afin de renforcer son objectif d'acquisition client via les inter-CE, Orchestra va continuer de faire appel à Buybox pour développer la multidiffusion de sa carte cadeau en Suisse et en Espagne après avoir déjà ouvert un marché supplémentaire : la Belgique.

Ouverture d'une plateforme B2B sur le site d'Orchestra

Afin de permettre à certains professionnels (mairies, conseils régionaux, casernes militaires, etc) d'acheter une e-carte, Orchestra projette d'ouvrir une plateforme de commandes réservée au B2B sur son site e-commerce.

La carte cadeau digitale pour les abonnements

Dans le but de développer leur programme « Club Orchestra », Orchestra souhaite valoriser les abonnements en permettant de les offrir via une e-carte cadeau.



Notre prochain objectif est de développer la distribution de la carte cadeau en Europe (en Espagne, en Suisse et en Belgique) en collaboration avec les équipes Buybox.



Julien Alers

Responsable du Club Orchestra, partenariats et monétisation

”

Les conseils de Julien d'Orchestra pour toucher le marché professionnel avec la carte cadeau



La carte cadeau est un atout non négligeable pour pénétrer le marché professionnel.

Réactivité – Agilité – Adaptation - sont les trois maîtres mots pour pénétrer le marché professionnel avec une carte cadeau.

Ouvrir sa e-carte cadeau sur le marché B2B peut paraître simple et rapide.

De nombreux acteurs se contentent d'en avoir une, sans mener d'actions commerciales et marketing par la suite. Or la carte cadeau est génératrice de business. On le voit bien au sein d'Orchestra. Il faut donc, dès le début, construire une stratégie globale, prospecter, être à l'écoute du marché et des opportunités, communiquer par le biais de différents canaux B2B et dynamiser sa base de données clients professionnels.



Faire une démo

Une expertise 360° sur votre programme carte cadeau omnicanal

Faites de votre programme carte cadeau un canal d'acquisition efficient.

+ de 1 milliard d'euros de volume d'affaires

14 années d'expertise carte cadeau

+ de 40 employés

+250 clients présents en Europe, Asie, USA

Certifié ISO27001



Etablissement de Paiement, agréé par l'ACPR

