

Comment Bobbies ouvre un nouveau canal d'acquisition client pour les fêtes de fin d'année ?



Secteur d'activité : Maroquinerie, chaussures

Nombre d'employés : >50 salariés

Chiffre d'affaires : > 10 millions €

Zone géographique : livraison dans le monde entier

Solution Buybox utilisée :
Solution B2C et network

Bobbies est une maison parisienne de souliers et maroquinerie d'exception pour femme et homme.

Fondée en 2010, la marque se distingue par son style élégant et coloré, sa qualité de fabrication européenne et son engagement pour la responsabilité sociale et environnementale. Les souliers sont fabriqués depuis le Portugal et la maroquinerie en Espagne avec un savoir-faire traditionnel.

Bobbies propose une large gamme de chaussures, allant des mocassins aux bottines en passant par les baskets, avec un souci du détail qui assure un confort optimal pour les pieds.

Contexte

Forte d'une notoriété grandissante, Bobbies est en quête constante de nouveaux canaux d'acquisition client pour soutenir sa croissance.

Depuis quelques années, la présence de la marque au pied du sapin s'intensifie. Mais alors, comment capitaliser sur ce temps fort et aller chercher plus de ventes en fin d'année ?

Objectifs

Dynamiser l'acquisition client sur la fin d'année

Résultats

124€

Valeur faciale moyenne de la carte cadeau en Network

42%

Part des ventes avec un paiement complémentaire en B2C (55% sur le network)

84€

Paiement complémentaire moyen en B2C (80€ sur le network)

53%

Part du network

38%

Des ventes Network en fin d'année

Lancement du programme carte cadeau Bobbies

Bobbies, une marque solide

Bobbies réussit depuis quelques années à se faire une place dans le paysage de la maroquinerie et de la chaussure et décide de lancer sa propre carte cadeau. Un nouveau service fortement recherché sur les fêtes de fin d'année qui représente un complément de revenus considérable. Une solution de choix pour la croissance de la marque.

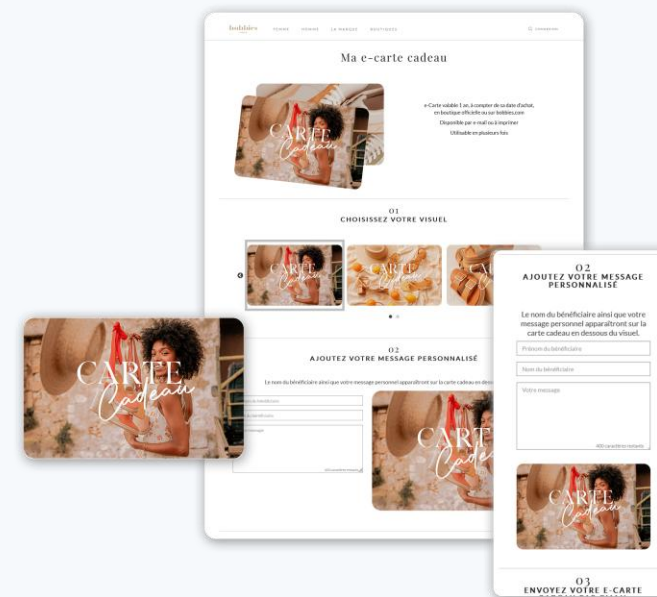
Buybox, apporteur de technologies

Bobbies se rapproche de Buybox pour créer son programme carte cadeau. Un parcours de commande B2C optimisé pour les conversions et de nombreuses fonctionnalités marketing pour enrichir et personnaliser l'expérience client. Le choix de Buybox comme processeur permet à la marque d'agrèger l'ensemble des données et de suivre les KPIs importants pour piloter l'ensemble du programme.

La carte cadeau et le marketing

Bobbies met en avant le service de cartes cadeaux sur son e-commerce et ses réseaux sociaux pour les fêtes de fin d'année. Des campagnes avec un retour sur investissement intéressant sachant que 42 % des achats avec une carte cadeau génèrent un paiement complémentaire (84 € en moyenne) pour la marque.

Bobbies utilise aussi la carte cadeau comme outil de compensation dans le cadre du SAV.



bobbies
PARIS

Buybox propose des solutions qui nous permettent d'avoir un programme carte cadeau complet et compétitif sur le marché.

”



Judith Collomb
Responsable acquisition et e-shop

Évolution du programme carte cadeau

Ouverture de la multidiffusion

Bobbies ouvre sa carte cadeau à la multidiffusion avec un objectif clair : augmenter sa notoriété et multiplier les points de contact.

La marque revend sa carte auprès de différents partenaires tiers : programmes de récompense employés, logiciels RH, programme de fidélisation, etc.

Pour un lancement fluide et des résultats rapides, elle utilise les technologies Buybox (process et flux automatisés et sécurisés) et le réseau de Buybox network.

bobbies
PARIS



Buybox propose un large réseau de partenaires pour pénétrer rapidement le marché B2B de la multidiffusion.



Judith Collomb
Responsable acquisition et e-shop

”

Les prochaines actions de Bobbies pour son programme carte cadeau



Intégrez la carte cadeau dans vos réflexions marketing !

La prochaine étape pour notre programme carte cadeau est d'intégrer de plus en plus la carte cadeau dans nos réflexions marketing.

Par exemple, pourquoi ne pas utiliser la fonctionnalité wallet mobile (enregistrement de la carte cadeau sur smartphone) comme renfort stratégique. Ou si l'on est amené à lancer un programme de fidélité, la carte cadeau en ferait partie pour relancer les paniers abandonnés, réactiver les clients inactifs ou pour enrichir notre connaissance client.



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

