

Comment La Redoute automatise ses process sur son programme carte cadeau B2B ?





Secteurs d'activités : Prêt-à-porter et décoration maison

Nombre d'employés : 2000

Chiffre d'affaires : +1 milliards d'euros

Zone géographique : Europe

Solutions Buybox utilisées :
Solution carte cadeau B2B et
Network (distribution)

Un leader du e-commerce français, spécialisé dans la mode et la maison pour toute la famille.

Tisseur de liens (filature de laine à l'origine), créateur de tendances (70% de l'offre est créée par des stylistes et designers de la marque) et porteur d'influences (accès à la mode, place de la femme, consommation responsable), La Redoute embellit la vie des familles et des marques depuis plus de 180 ans.

Forte de sa nouvelle identité graphique et d'une expertise technologique ultra-poussée (data, hyper personnalisation, magasins connectés, etc.), La Redoute propose une expérience client omnicanale de référence sur le marché sur e-commerce français.



Contexte

Tisser des liens uniques, un des marqueurs clés de l'ADN de La Redoute. C'est avec cette idée en tête que La Redoute souhaitait accélérer la pénétration de sa e-carte cadeau sur le marché B2B. L'objectif était de transformer un processus de gestion manuel et chronophage en une activité quasi automatisée et scalable.

La marque s'est appuyée sur Buybox pour faciliter et compléter la distribution de sa e-carte auprès d'un réseau de partenaires triés sur le volet (plateformes CSE/RH, programmes fidélité, etc.) et pour ouvrir son service de carte cadeau B2B en ligne.

Objectifs

Trouver une solution digitale pour scaler l'activité de la carte cadeau sur le marché du B2B

Résultats

256 €

de valeur faciale moyenne pour une carte cadeau en B2B

30 €

valeur faciale de la carte cadeau la plus vendue via le Network

36 %

des ventes Network en fin d'année

Gain de temps

Passage d'un process manuel à automatisé

La Redoute passe d'un process manuel à un process automatisé

Un volume d'affaires croissant, mais un champ d'action limité

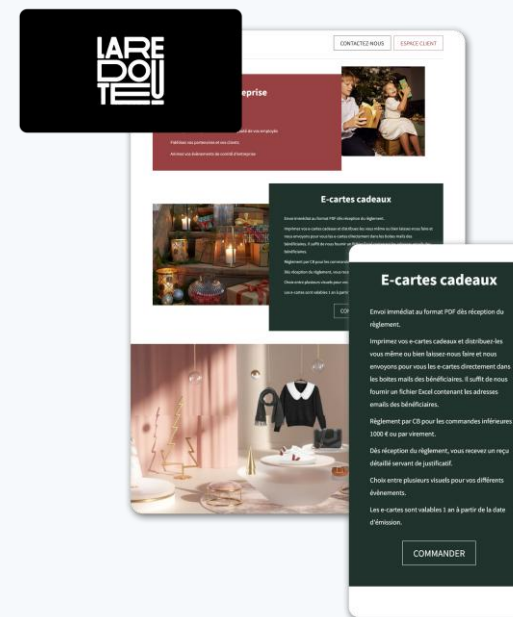
Historiquement, La Redoute a ouvert sa carte cadeau au B2B suite aux demandes entrantes de quelques grands distributeurs. Des ressources en interne ont été partiellement allouées à cette activité. Au fil des années, le nombre de distributeurs et les ventes ont augmenté, mais le besoin croissant de ressources internes pour gérer un processus manuel ne permettait pas de scaler l'activité.

Buybox permet d'automatiser les process et de développer son portefeuille client

La Redoute s'appuie désormais sur Buybox pour gérer automatiquement les tâches (relation commerciale, technique, facturation, gestion des flux, etc.), et pour agrandir son réseau de partenaires. Outre les principaux distributeurs déjà connectés par API en interne, le réseau Buybox network a permis de se lier à l'ensemble des petits et moyens distributeurs qu'elle ne pouvait pas satisfaire avant, faute de temps et de ressources.

Une solution de vente en direct aux professionnels pour maximiser les revenus

Pour optimiser ses revenus, La Redoute démarre un service carte cadeau B2B en direct grâce à Buybox. Sa carte cadeau digitale peut être commandée en ligne par les professionnels et CSE. Une solution clé en main, avec un parcours et des fonctionnalités dédiées (notamment pour la gestion de l'URSSAF).



Nous entretenons avec les équipes Buybox une relation saine. Les solutions proposées sont un réel gain de temps et de ressources en interne.

”



Léonard Mercier
Responsable La Redoute For Business

Une stratégie renforcée pour continuer de développer le B2B

Une stratégie B2B spécifique

Dans le choix de ses distributeurs, La Redoute privilégie des circuits fermés, c'est-à-dire accessibles par une typologie spécifique de personnes. Elle cible surtout des programmes CSE et des programmes de fidélité spécifiques. Pour ces prochaines années, le choix des distributeurs restera inchangé, afin de mieux contrôler son image de marque.

De la data pour piloter le programme carte cadeau

L'avantage principal de Buybox est l'accès aux données essentielles pour calculer le retour sur investissement. Buybox se connecte aux outils d'analyse de données de La Redoute pour construire des reportings globaux. Ainsi, La Redoute a toutes les cartes en main pour réussir.

Plusieurs projets en cours pour croître la partie B2B

Maintenant que la gestion automatisée des tâches est mise en place, La Redoute travaille sur une stratégie marketing et commerciale pour accroître son portefeuille de clients CSE et entreprises, en parallèles des distributeurs partenaires, avec Buybox.

Une réflexion sur un portail B2B unique et sur une internationalisation du programme carte cadeau (tant B2C que B2B) est en cours.



Buybox a une vraie capacité à accompagner la transformation et le développement d'un programme carte cadeau d'une marque, même à l'international.

”



Léonard Mercier
Responsable La Redoute For Business



Les conseils de Leonard de La Redoute sur la carte cadeau en B2B



Il faut être réaliste par rapport aux taux du marché, sans pour autant rogner sur ses marges.

S'il n'y a qu'un conseil à retenir, c'est d'avoir une politique commerciale homogène et claire dès le début et s'y tenir. S'éparpiller dans les commissions accordées amène des discordances et des insatisfactions de la part des distributeurs partenaires. Il est d'ailleurs compliqué et chronophage de remettre tout en ordre par la suite. La commission est une donnée essentielle qui nécessite une réflexion poussée.

Il faut être réaliste par rapport aux taux du marché, sans pour autant rogner sur ses marges. Un double enjeu pour La Redoute qui doit aussi gérer les commissions sur les produits des marques présentes sur sa marketplace.



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

