



LOTHAIRE
DEPUIS · 1947



Introduction

Lothaire et ses enjeux



La Maison Lothaire, une affaire transgénérationnelle

Fort de son **rayonnement régional avec 10 magasins**, Lothaire se veut être un référent de la mode masculine.

Possédant (depuis peu) une présence sur le web, la marque familiale aimerait aujourd'hui parvenir à **retranscrire ses valeurs les plus fortes** au travers de ses leviers digitaux, tout en améliorant l'expérience client au sein de ses boutiques physiques.

Flux des outils AVANT transformation digitale

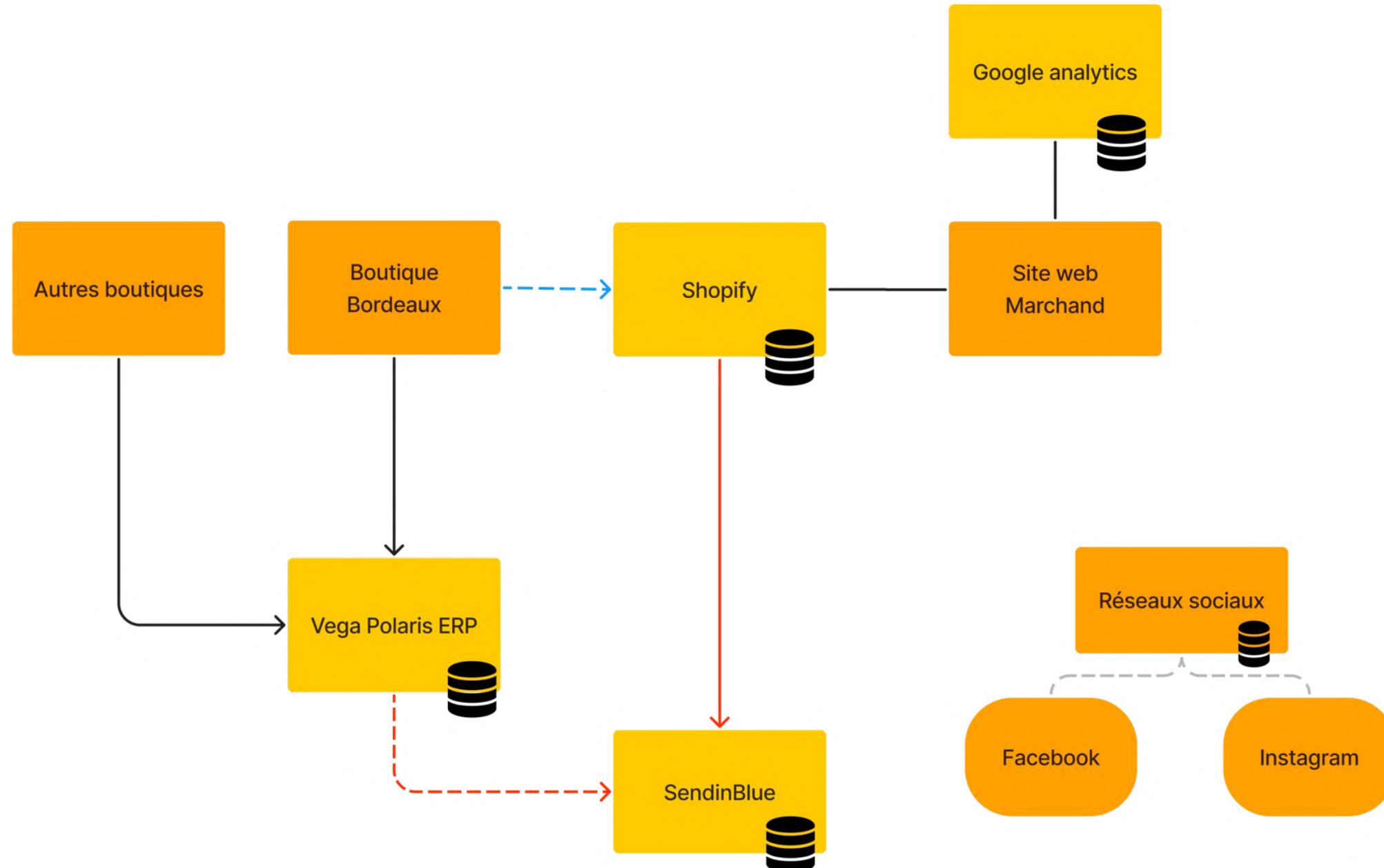
Récolte de données

Outils internes

Outils visibles par le client

Data Produit
Data Client
Data Mixte

Flux manuel
Flux automatique





Personas

Les 4 profils type des clients de Lothaire

TOM COUTURIAN



“

J'aime acheter dans des magasins qui partagent mes valeurs et principes.

PROFIL

Sexe : Homme
Age : 28

PRO

Niveau d'études : Bac +3
Salaire : 35 K (CSP+)
Profession : Entrepreneur

OBJECTIFS

S'habiller simplement mais qualitativement
Trouver toute sorte de produits dans une même boutique

BESOINS / ATTENTES

Être conseillé/guidé dans ses choix
Retrouver ses marques habituelles

PERSONNALITÉ

Contemporain urbain
Calme & raisonné
Connecté
Ambitieux

INTÉRÊTS

Voyage
Famille
Business

FREINS

Un positionnement peu engagé (marque / produits)

DANIEL DELUIT



“

Passionné des belles choses, j'apporte une grande importance à mon apparence physique et mon style vestimentaire.

PROFIL

Sexe : Homme
Age : 33

PRO

Niveau d'études : Bac +5
Salaire : 35 - 40K (CSP++)
Profession : Cadre

OBJECTIFS

Avoir un style qui correspond à son statut social
Trouver des produits haut de gamme, voire uniques

BESOINS / ATTENTES

Pouvoir acheter du sur-mesure de qualité
Avoir une expérience client individuelle

PERSONNALITÉ

Italien chic
Directif
Connecté
Intransigeant

INTÉRÊTS

Culture
Économie
Art culinaire

FREINS

Une mauvaise relation client
Un manque de prestige quant aux produits et services proposés

Hommes
(18 - 35)
CSP + (++)
Digitalisés

DANIEL DELUIT



“

Même avec des fringues street ou sport on peut être stylé.

PROFIL

Sexe : Homme
Age : 22

PRO

Niveau d'études : Bac +5
Salaire : 25K
Profession : Styliste junior

OBJECTIFS

Être aussi confort que stylé
Suivre les mouvements de mode

BESOINS / ATTENTES

Trouver les dernières pièces abordables tendances
Que l'image de marque soit la même online ou offline

PERSONNALITÉ

Sport street wear
Hyper actif
Ultra connecté
Citadin

INTÉRÊTS

Mode
Sport
Digital

FREINS

Budget raisonné
Une image de marque pas assez tendance

MAXIME CUCETTO



“

La mode c'est une façon pour moi de m'exprimer et de m'affirmer.

PROFIL

Sexe : Homme
Age : 25

PRO

Niveau d'études : Bac +5
Salaire : 35 - 30K
Profession : Expert marketing

OBJECTIFS

Se démarquer par un style recherché
Posséder les dernières pièces tendances de créateurs

BESOINS / ATTENTES

Nouveaux articles réguliers
Informations claires quant aux produits/marques dispos

PERSONNALITÉ

Fashion pointu
Citadin
Ultra connecté
Extraverti

INTÉRÊTS

Mode
Marketing
Luxe

FREINS

Une notoriété de marque trop faible
Une communication mal gérée

Problématique

À quels enjeux se retrouve confronté Lothaire ?

Comment améliorer l'omnicanalité de Lothaire tout en offrant une expérience client unique et en répondant aux attentes des cibles de la marque ?



Objectifs

Les objectifs que doit atteindre Lothaire

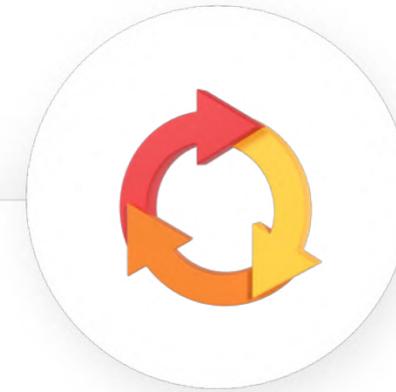
Les objectifs de Lothaire



**Améliorer l'expérience client
des utilisateurs sur le site web**



**Optimiser les boutiques
physiques grâce au digital**



**Développer l'omnicanalité de
la marque**

Court terme

Proposer une expérience digitale immersive



Pourquoi le court terme ?

Les avantages :

- Mise en place simple et rapide par Lothaire
- Éviter d'être pénalisé en mettant la boutique et le site web en stand by

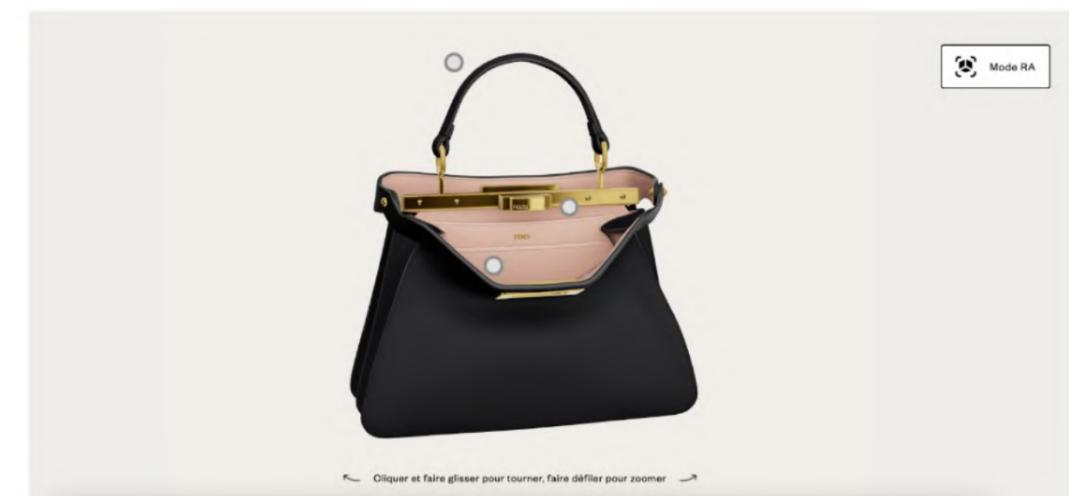
Notre objectif dans cette partie est donc d'offrir à Lothaire une solution clé en main, en venant **greffer de nouvelles solutions à l'écosystème** déjà existant.

L'harmonisation du site web



Amélioration du design du site web

- Page d'accueil immersive avec format vidéo
- Réalité virtuelle (produit 360°)



Adaptation de l'affichage du site selon la saisonnalité

Une page d'accueil dynamique

Un design immersif et soigné

Qui s'adapte selon les saisons

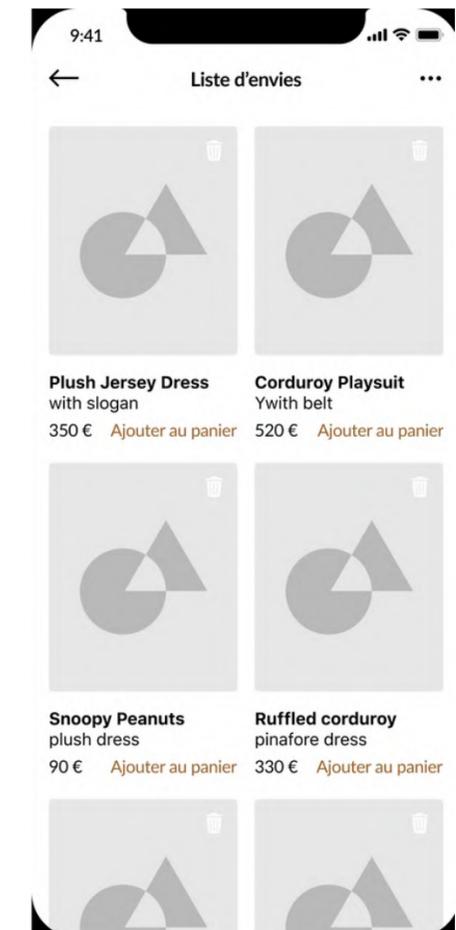
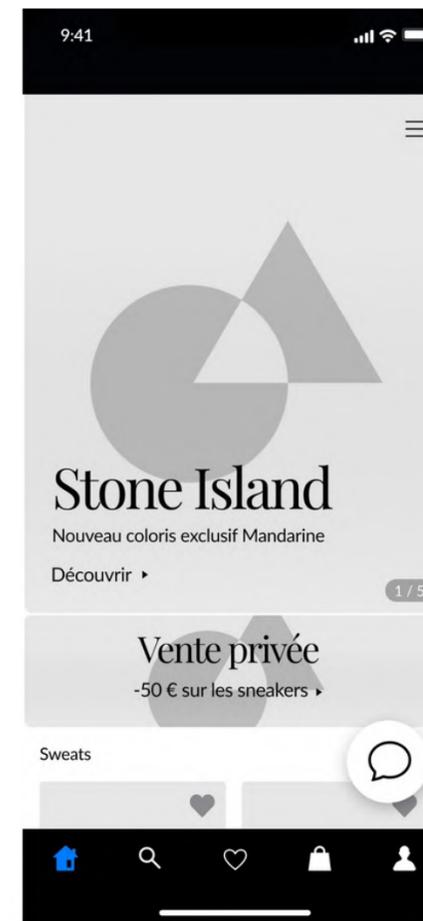


Pour une expérience égale à celle en magasin

Adaptation de l'affichage du site selon la personnalisation visiteur

Personnalisation :

- Choix du profil préféré 1ère visite
- Liste d'envies
- Adaptation de l'affichage



L'harmonisation du site web



Personal shopper (chatbot) :

- Une expérience client à l'image des points de ventes
- **Accueillir, conseiller, rassurer et accompagner** dans les décisions d'achats

Les fonctionnalités :

- Recommandations de produits,
- Accompagnement vers l'achat,
- Notifier l'utilisateur que l'article est en rupture de stock (+ date de réassort)
- Interroger sur la satisfaction client

Prolonger l'expérience client en boutique



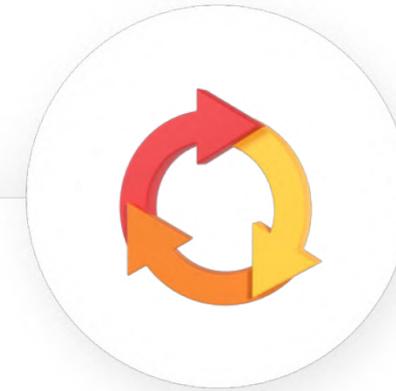
Équiper le personnel de tablettes

- Connaître le client et ses préférences
- Capturer les informations



Click and Collect

- Optimiser les processus
- Démarche web to store
- Shopify PDV



Programme de fidélité

- Smile.io
- Susciter un attachement et un lien affectif puissant
- Enrichir la base de données

Shopify Point de Vente 🏛️

- Développement de l'omnicanalité
- Facilité d'intégration (disponible dans le Shopify App Store)
- Retrouver l'activité générale de la marque sur l'ensemble des appareils
- Caisse enregistreuse, imprimante de reçus et lecteur de codes-barres



The image shows the HubSpot CRM logo on an orange background. The word "HubSpot" is written in a white, sans-serif font, with a stylized network icon (three nodes connected by lines) integrated into the letter 'o'. Below "HubSpot", the word "CRM" is written in a smaller, white, sans-serif font. A faint, larger version of the HubSpot logo is visible in the background of the orange rectangle.

HubSpot
CRM

Le CRM

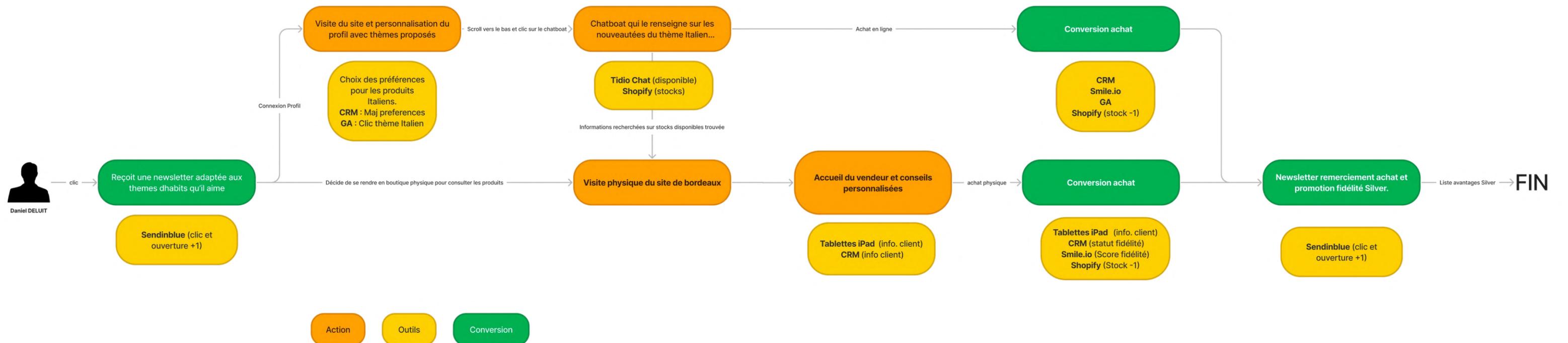
La solution **HubSpot CRM**, disponible directement depuis le Shopify App Store, fournit des outils pour **améliorer les processus de vente et de marketing**.

Les avantages :

- Faciliter les processus de vente
- Enrichissement de la donnée client
- Remplissage automatique des profils de contact
- Segmentations fidélité et marketing
- Facile à prendre en main

Le workflow

Court terme



Moyen terme

Proposer une expérience client personnalisée & immersive



Pourquoi le moyen terme ?

Les avantages :

- Solutions complémentaires à celles proposées à court terme (design, affichage dynamique, réalité virtuelle, tablettes vendeurs)
- Expérience client accrue
- Simplification de l'omnicanalité

Des outils permettant une logistique optimale

Mise en place de Prestashop



Mise en place
de PrestaShop



Meilleure organisation
du **suivi des stocks**

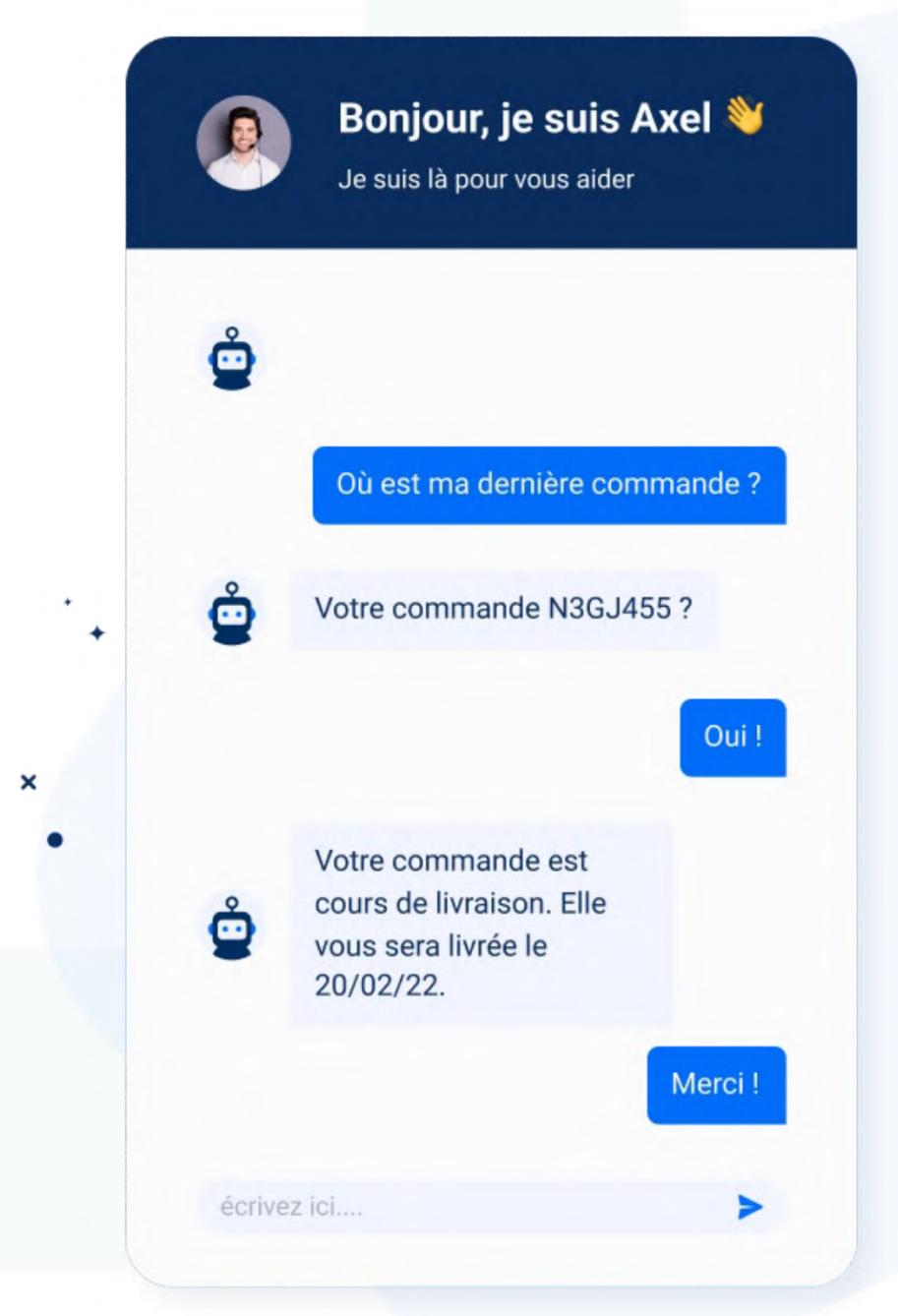


Administration boutique **plus complète**,
coupons de réductions natifs, pas de
commissions sur les ventes

Évolution du personal shopper

Le chatbot IA :

- Augmenter davantage l'expérience client (user centric)
- Dialoguer avec les acheteurs aux moments cruciaux de leur parcours d'achat
- Réponse automatique (ou est ma commande, etc)
- Réduction du temps de travail et des coûts
- Afficher des promotions aux clients en fonction de leur historique d'achat
- Recommandations automatiques de produits similaires
- Capter l'attention avant de quitter le site



+10-30%

**taux de recherches
qui aboutissent à un
achat**

0

**d'entraînement. Un
lexique e-commerce
éprouvé**

138

**Contenus prédéfinis
dédiés au e-
commerce**

390%

**Retour sur
investissement.
Incroyable non ?**

Installer des Beacons

Faire penser à Lothaire



Grace aux Beacons, améliorez la reconnaissance des clients en magasins et automatiser le programme de fidélité.

- **Alerter** vos clients lorsqu'ils se trouvent proche du magasin,
- **Inciter** le client à venir à l'aide d'une promotion
- **Remémorer** la présence de la marque
- **Analyser** le trafic en magasin (heures d'affluences)

Programme de fidélité automatisée

Faire penser à Lothaire



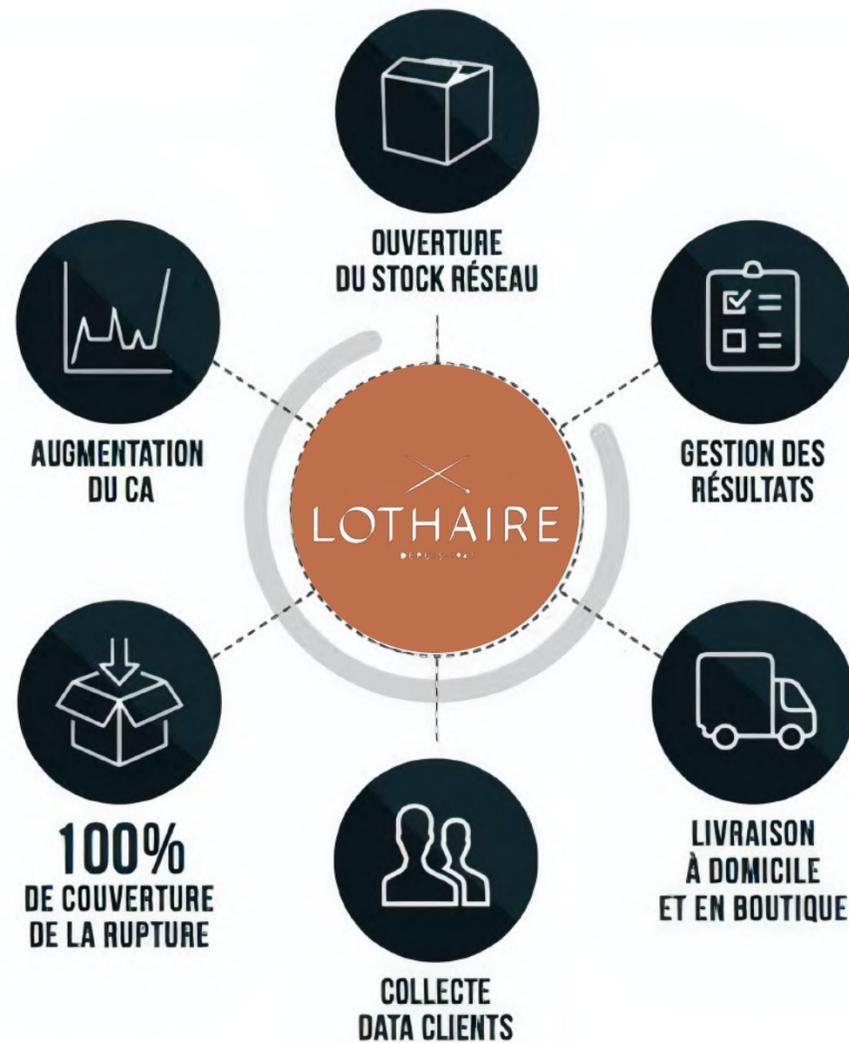
PrestaShop

À l'aide des beacons, nous pourrions aussi **pousser le programme de fidélité natif de Prestashop** un peu plus loin **en générant des points lorsque les visiteurs se rendent dans l'une des boutiques de la marque.**

→ Le fait de faire gagner des points sans acheter permettrait d'augmenter le trafic, et le nombre de visite, donc potentiellement d'augmenter les ventes de Lothaire.

Développement de l'omnicanalité

Vers le commerce unifié



Les avantages du commerce unifié :

- Fait fonctionner les différents services, outils et canaux sans barrière (pour le client comme en interne)
- Parcours client plus fluide qu'avec l'omnicanale
- Une seule et même plateforme
- Suppression des intermédiaires (Smile.io, etc)

Des outils permettant une logistique optimale

Mise en place de Fastmag



Mise en place de Fastmag

Meilleure organisation du **suivi des stocks**

Afficher et **gérer** les commandes de sa boutique depuis l'application

- Gestion complète du prospect et du client (clienteling)
- E-réservation – Click and Collect
- Extension de gamme - Order in store
- Ship from store (OMS)

Adopté par de grandes références

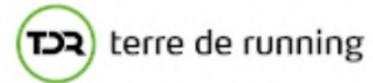
BOUTIQUES INDÉPENDANTES



CARAVANE



Mer-ci



LEON & HARPER



MAISON
SARAH LAVOINE
M L

IZIPIZI[®]
PARIS



JOVOY
— PARFUMEUR PARISIEN —

GRANDS RÉSEAUX



valege[®]
lingerie

TOMMY HILFINGER

MAX&MOI
PARIS



Les Petites...
Paris



I Z A C



ANTONELLE
PARIS



Long terme

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Améliorer la gestion des stocks



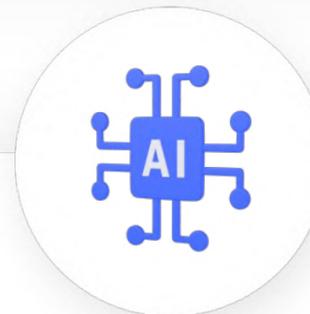
Prévision des prix



Etagères connectées



Plus besoin de passage en caisse



Connaissance client automatisée

KPI's

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Objectif client



Connaissance client pointue



Relation exclusive

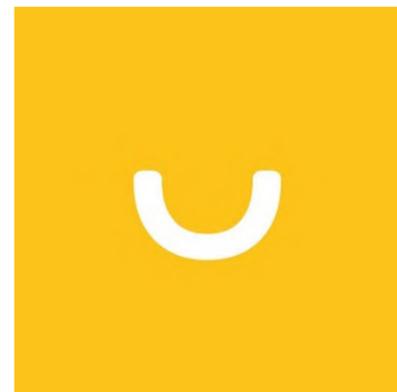
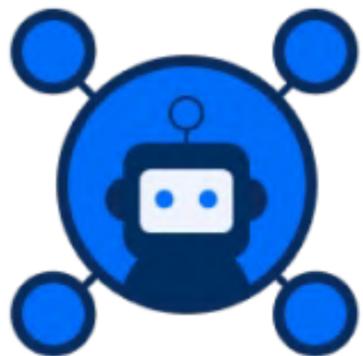
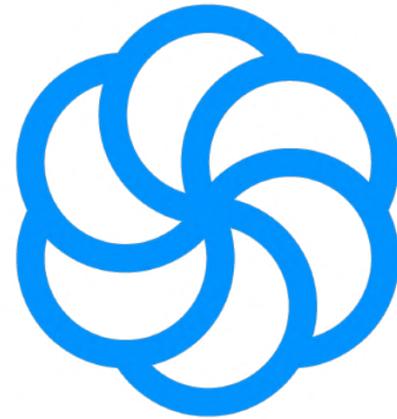


Interactions pertinentes



Suivi visiteur en continue

Des données pour répondre à des objectifs



Google Analytics

Nous allons pouvoir répondre à combien :

- Ajouts
- Conversions
- Interactions
- Pages vues
- Montant dépensé
- Type de programme de fidélité
- Type d'articles achetés
- ...



Avantages et Budget

Bénéfices pour Lothaire

- ✓ • Expérience client phygitale cohérente
- ✓ • Communication homogène
- ✓ • Récolte des données optimisée
- ✓ • Meilleure gestion globale interne

= Positionnement de marque et fonctionnement général simplifiés et unifiés

Le budget

Court terme

Solutions	Prix unique	Prix mensuel	Prix annuel
Design et ergonomie du site web	Réalisé en interne par Pierre-Olivier		
Affichage dynamique	Réalisé en interne par Pierre-Olivier		
Numerized	Réalisé en interne par Pierre-Olivier		
Chatbot		65,83€	789,96€
Tablettes vendeurs	16 770 €		
Smile.io		199€	2 388€
Shopify PDV		79€	948€
HubSpot		Gratuit	
TOTAL	16 770€	343,83€	4 125,96€

Le budget

Moyen terme

Solutions	Prix unique	Prix mensuel	Prix annuel
Prestashop	435€ de mise en route	196€	2 352€
Numerized	Réalisé en interne par Pierre-Olivier		
Inbenta	Prix sur demande		
Tablettes vendeurs	16 770 €		
Beacon	250€ (pour l'ensemble des boutiques)		
Fast Mag	2100€ de mise en route	100€	1 200€
TOTAL	19 555€	296€	3 552€

En résumé

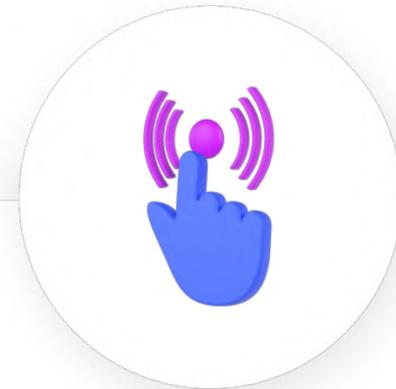
Nos solutions :



Améliorer l'expérience client des utilisateurs sur le site web

Harmonisation du site web
Programme de fidélité
Chatbot + IA
Changement CMS

+



Optimiser les boutiques physiques grâce au digital

CRM
Tablettes numériques
Click & Collect
Beacon

->



Développer l'omnicanalité de la marque

Solution de commerce unifié Fast Mag



Merci !

Des questions ?