



LOTHAIRE  
DEPUIS · 1947



# Introduction

Lothaire et ses enjeux

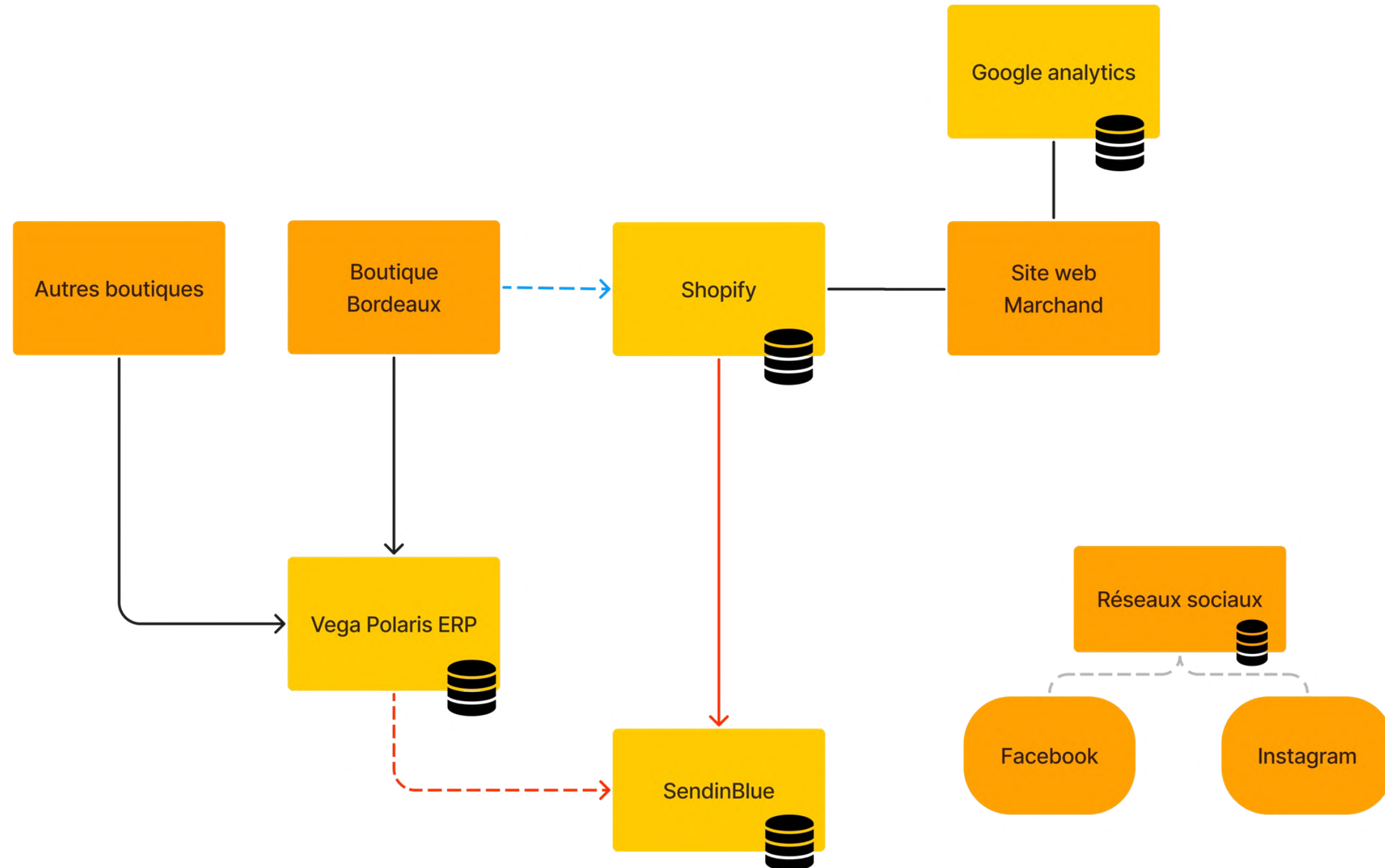
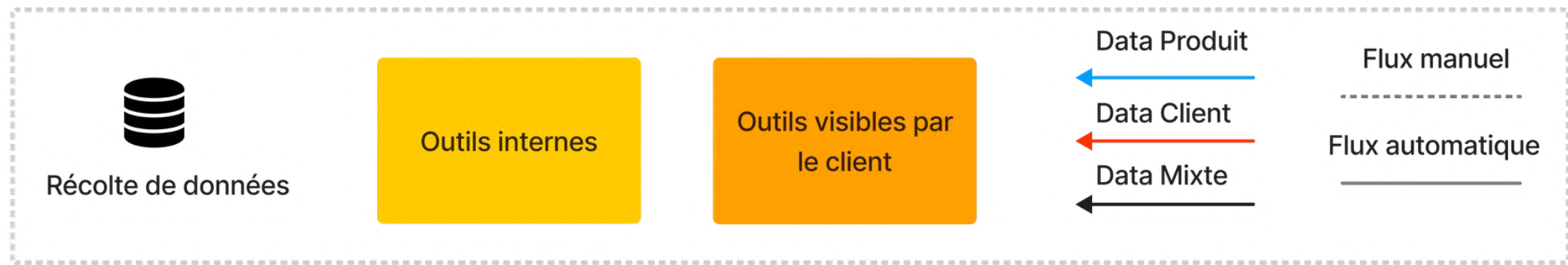


# La Maison Lothaire, une affaire transgénérationnelle

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





# 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

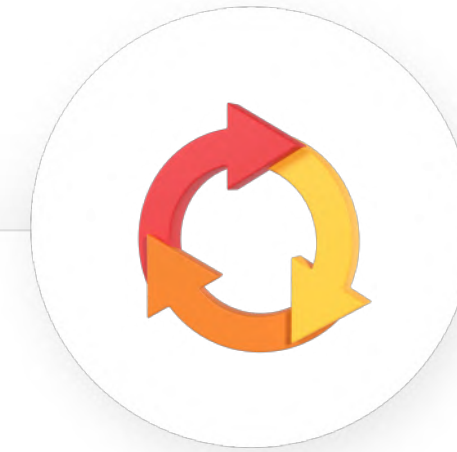
# Les objectifs de Lothaire



**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

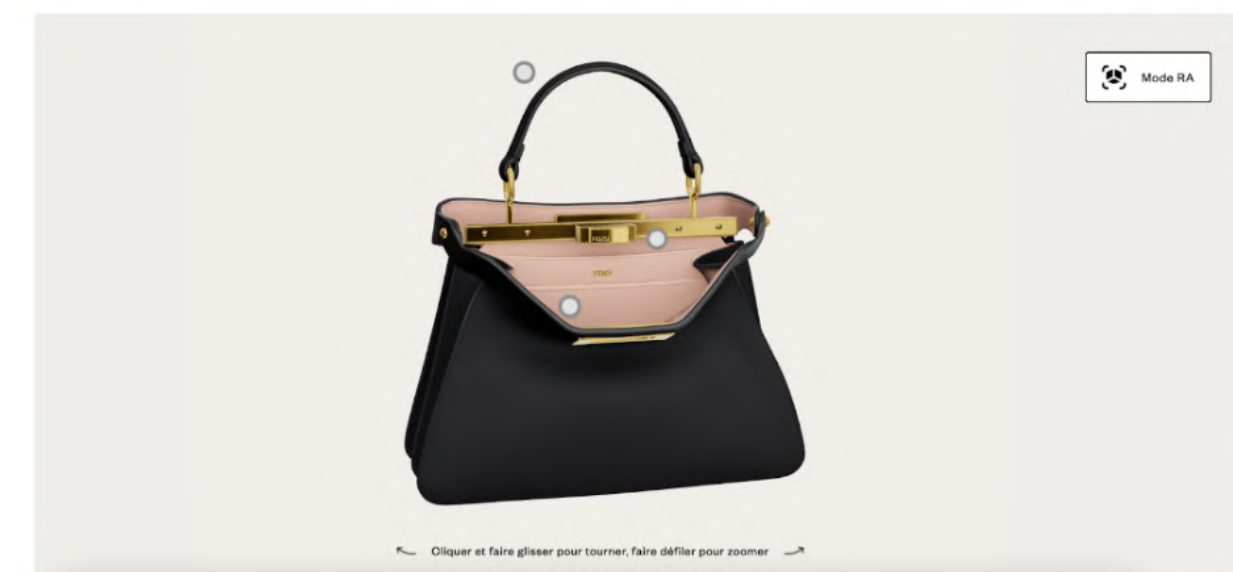
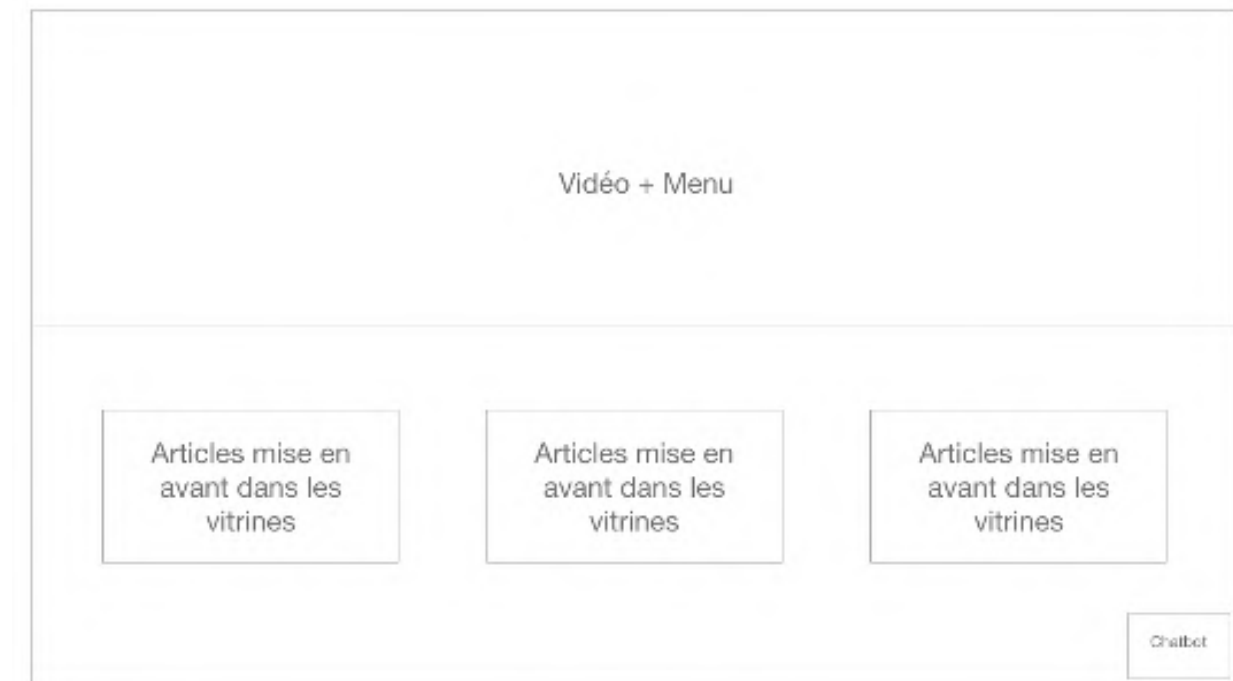
Notre objectif dans cette partie est donc d'offrir à Lothaire une solution clé en main, en venant **greffer de nouvelles solutions à l'écosystème** déjà existant.

# 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

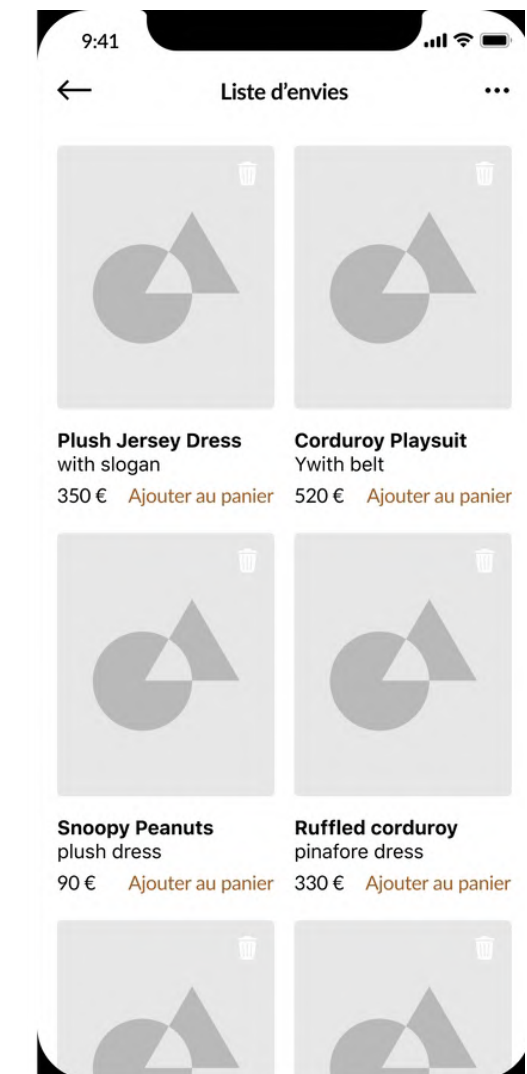
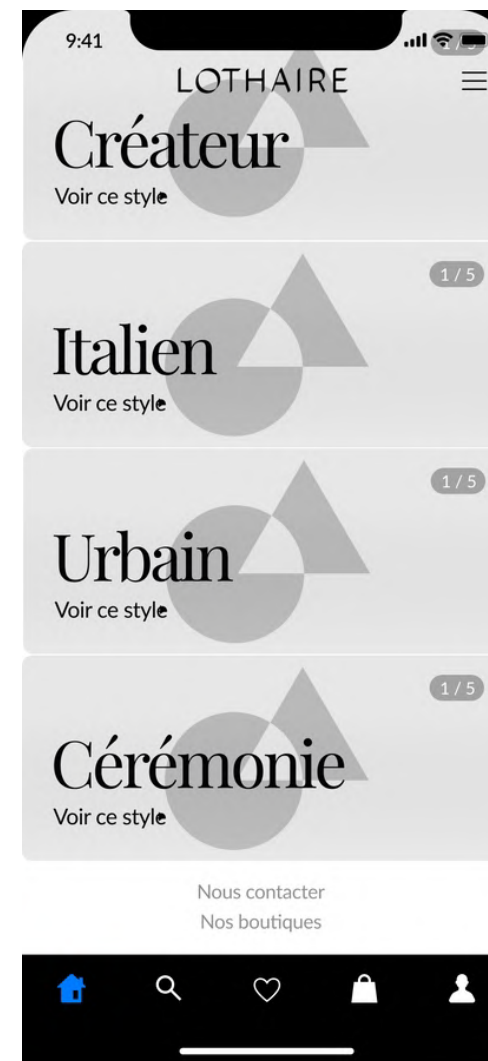


**Pour une expérience égale à celle en magasin**

# 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 logo consists of the word "HubSpot" in a white, sans-serif font, with a stylized network icon (three nodes connected by lines) integrated into the letter 'o'. Below "HubSpot" is the word "CRM" 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

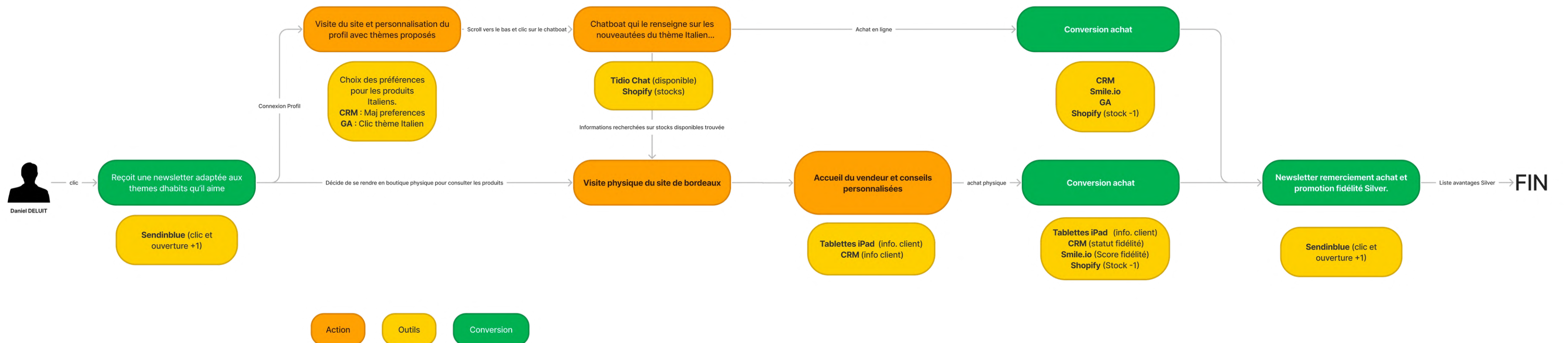
La solution **HubSpot CRM**, disponible directement depuis le Shopify App Store, fournit des outils pour **améliorer les processus de vente et de marketing**.

### 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**

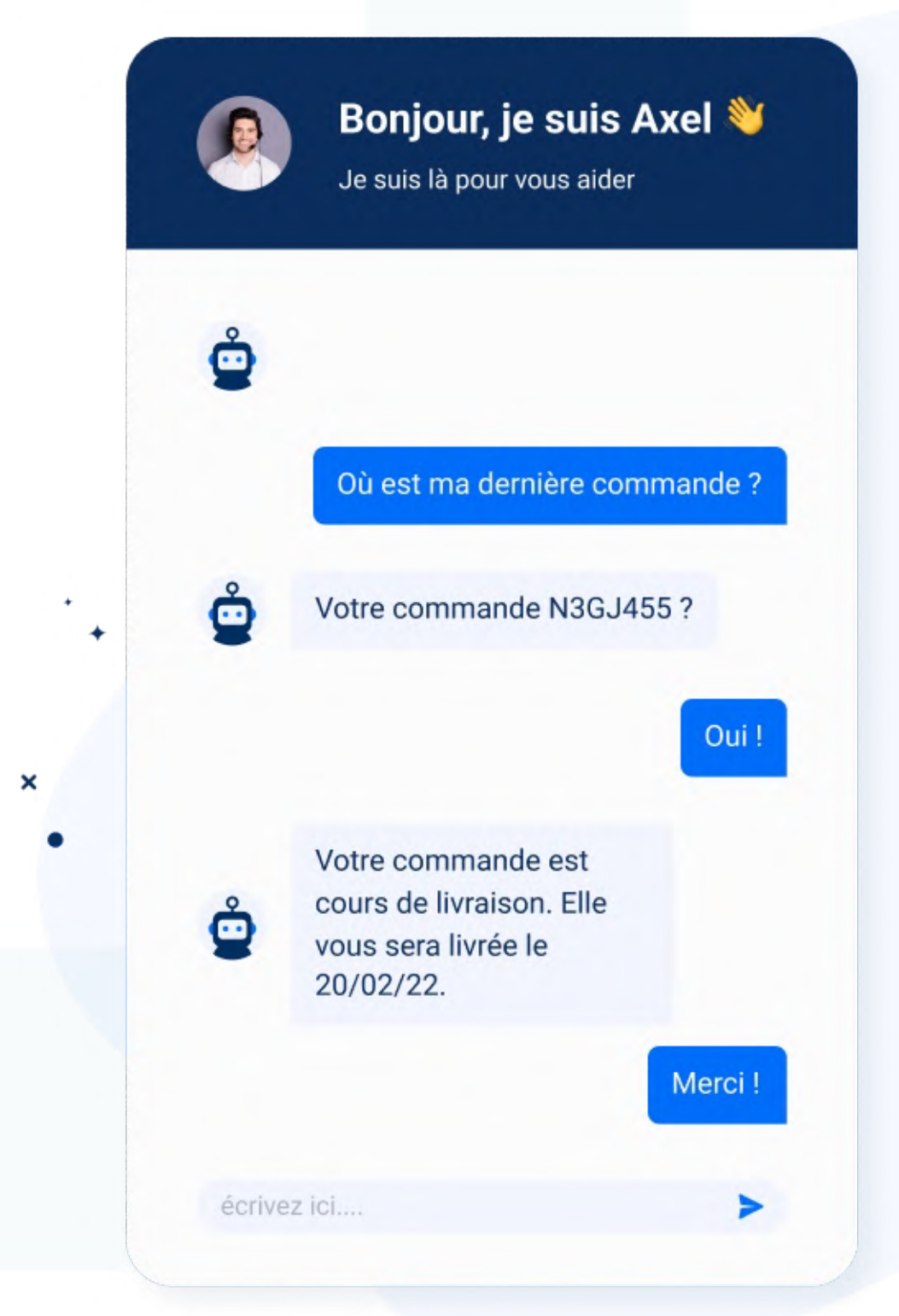


Administration boutique **plus complète**,  
coupons de réductions natifs, pas de  
commissions sur les ventes

# 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



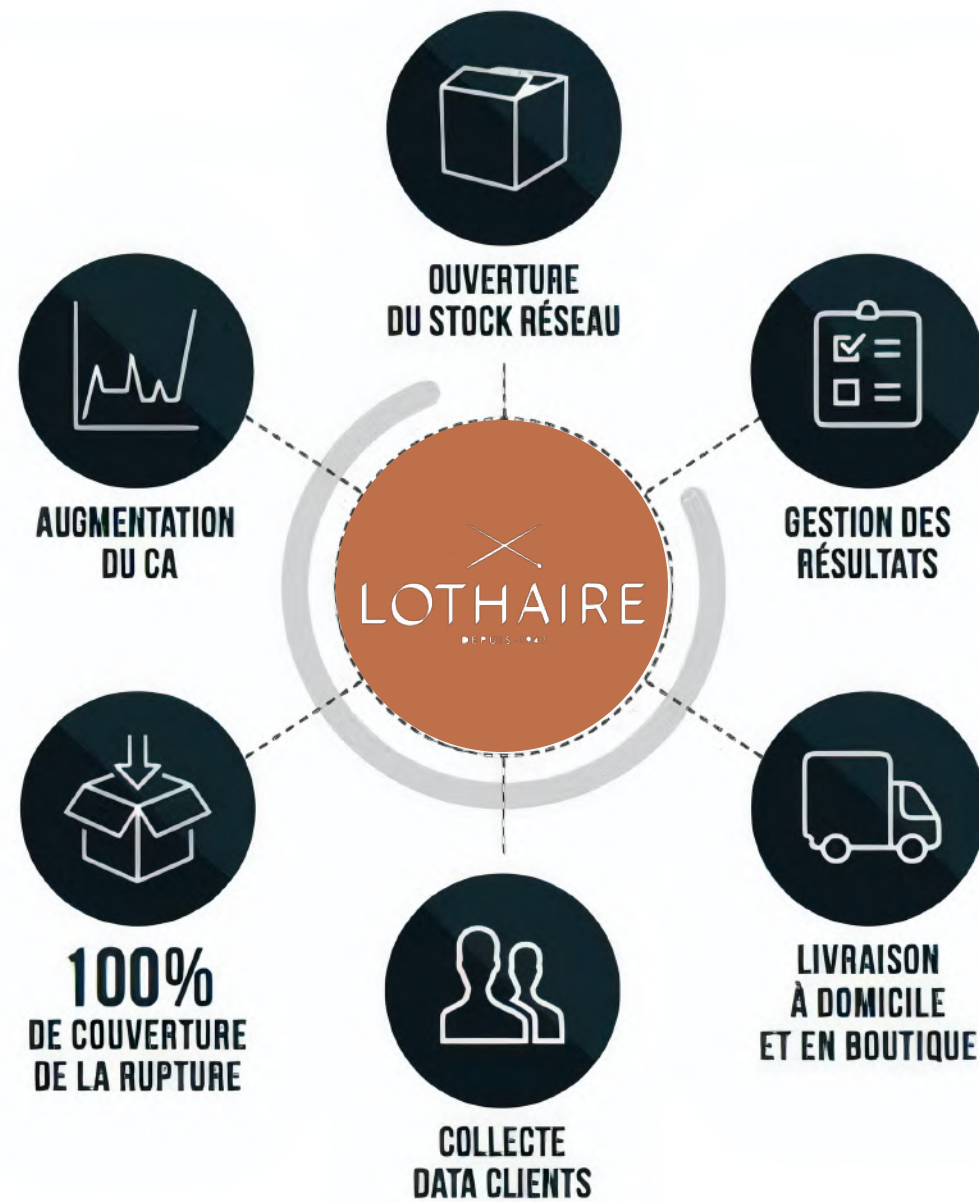
PrestaShop

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

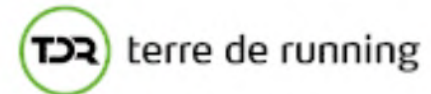
## BOUTIQUES INDÉPENDANTES



CARAVANE



Mer-ci



LEON & HARPER



MAISON  
SARAH LAVOINE  
M L

IZIPIZI  
PARIS



JOVOY  
PARFUMEUR PARISIEN

## GRANDS RÉSEAUX



valege  
lingerie

TOMMY HILFIGER

MAX&MOI  
PARIS



Les Petites...  
Paris



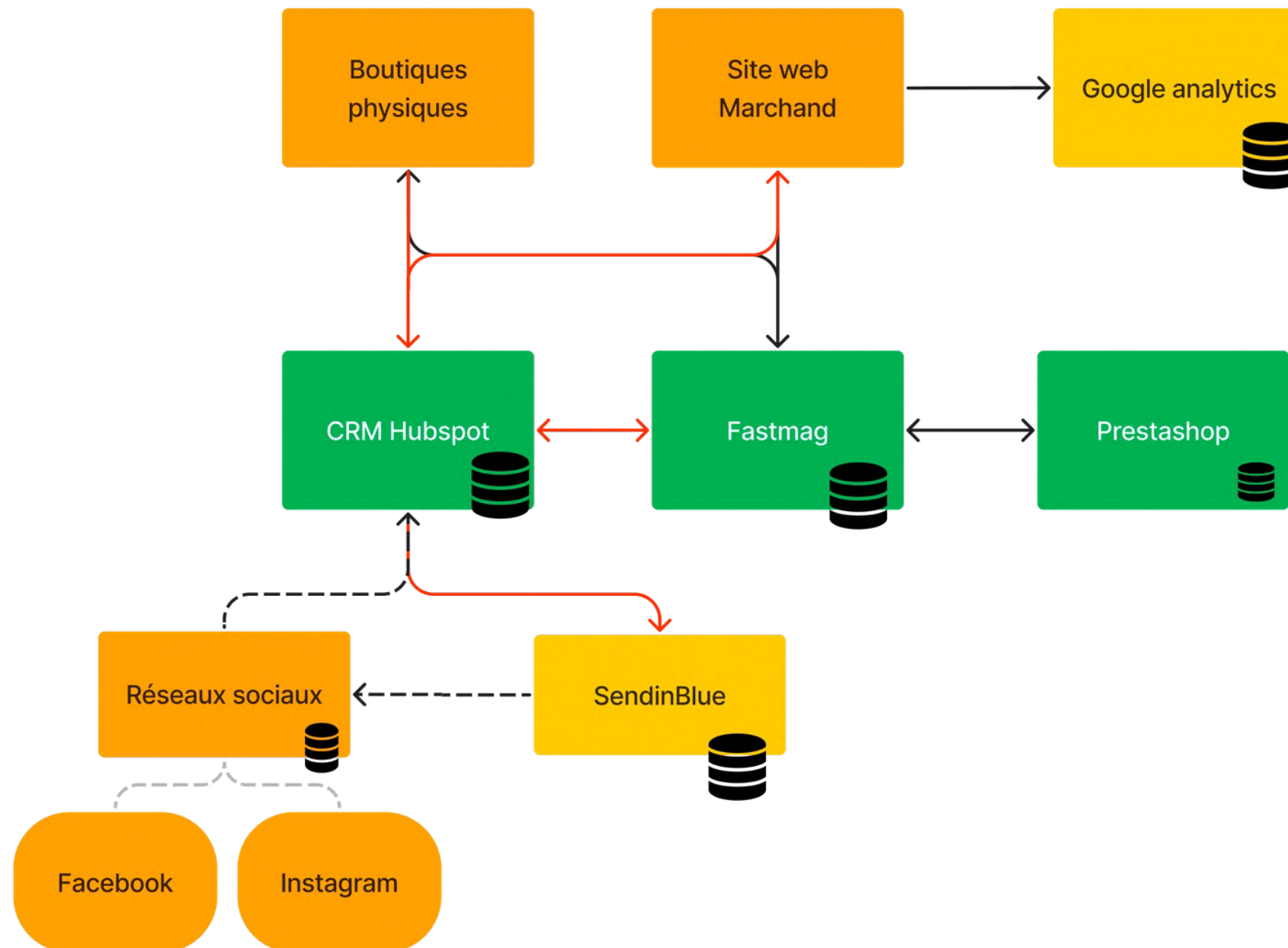
I Z A C

FAGUO

ANTONELLE  
PARIS



# Flux des outils APRES transformation digitale

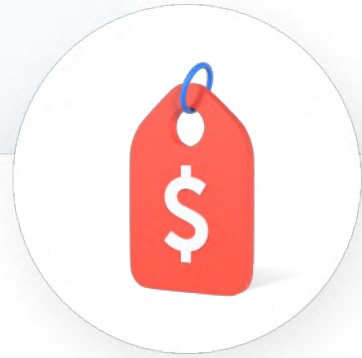


# Long terme

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit



# Améliorer la gestion des stocks



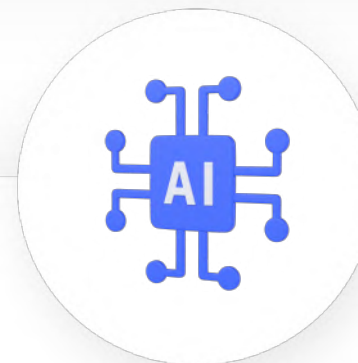
**Prévision des prix**



**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**

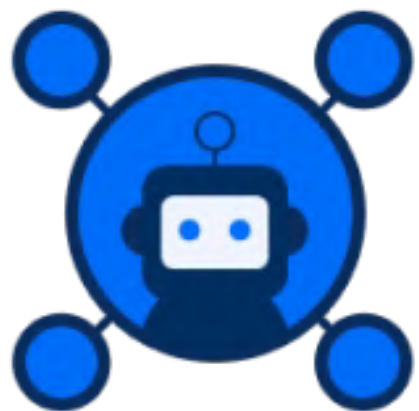


**Interactions pertinentes**



**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	
<b>TOTAL</b>	<b>16 770€</b>	<b>343,83€</b>	<b>4 125,96€</b>

# 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€
<b>TOTAL</b>	<b>19 555€</b>	<b>296€</b>	<b>3 552€</b>



# En résumé

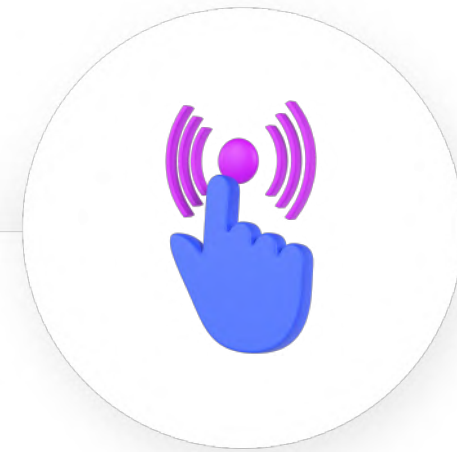
# Nos solutions :



**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 ?