

Le **bijoutier chinois Ideal** a effectué une transformation complète de son business model suite à la crise Covid-19. Les vendeurs autrefois en boutique, gèrent à présent leur propre vitrine en ligne et diffusent des **“live stream”**, c'est-à-dire des vidéos en direct, pour exposer et vendre les bijoux de la marque.

LE CONCEPT

Ideal est un bijoutier traditionnel chinois basé à Shenzhen. Depuis 2001, Ideal fabrique et vend de la joaillerie sous plusieurs de ses marques dans toute la Chine à travers des boutiques physiques.

Avec la situation de crise du covid-19, Ideal a choisi de transformer sa stratégie de vente en lançant la campagne “Milles personnes, Milles magasins”. Depuis février, chacun des employés de Ideal est responsable de son mini magasin en ligne. Hébergé dans le cloud, et développé en partenariat avec la Saas YouZan, les employés ont accès à un entrepôt général virtuel qui leur permet d'avoir accès au stock disponible. Les employés, dont les commissions ont été augmentées de 3% à 50% du prix de vente, effectuent des sessions de live-streaming pour accélérer les ventes, proposer des promotions et maintenir la loyauté des clients. Les franchises partenaires de Ideal sont aussi incluses dans son nouveau système.

Avec sa nouvelle stratégie, Ideal a observé des résultats positifs très tôt avec la vente de 2 000 pièces en ligne, pour un chiffre d'affaire de 280 000 euros. A l'occasion de la Saint Valentin, Ideal a même pu vendre une bague à 13 000 euros en ligne.

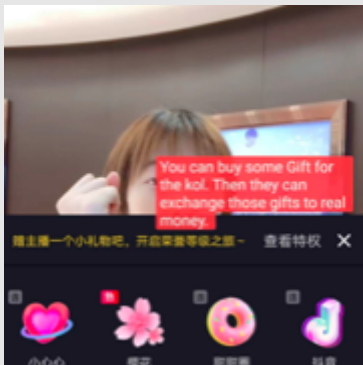
Ideal utilise les plateformes de marketing digital comme Douyin et Tmall Live, qui permettent de diffuser des vidéos marketing en ligne et d'effectuer des live stream.

POURQUOI SUIVRE LES INFLUENCEURS D'IDEAL?



BÉNÉFICIER DE PROMOTIONS ET DÉCOUVRIR LES NOUVEAUX PRODUITS DE LA MARQUE

Les employés reçoivent des formations aux live-streaming par l'expert KOL Lan Congee, et sont encouragés à interagir comme des influenceurs, à promouvoir l'histoire de la marque, mais aussi effectuer des promotions et des ventes flash pour animer leur communauté et leurs ventes.



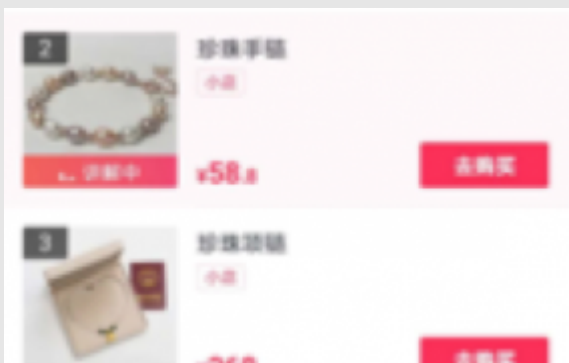
RÉCOMPENSER LES INFLUENCEURS AVEC DES CADEAUX

Les utilisateurs peuvent également envoyer des cadeaux à l'influenceur, qui pourra échanger ces cadeaux contre de l'argent, une pratique très courante en Chine pendant les séances de live streaming.



DÉVELOPPER UNE RELATION TRÈS PERSONNELLE AVEC LES VENDEURS DE VOTRE CHOIX

Chaque vendeur gère sa propre communauté sur leur compte Douyin. Ils sont les influenceurs de leur propre mini-boutique. Ils publient du contenu sur les produits, mais également sur leur vie au travail, ou reproduisent des vidéos populaires de la plateforme.



ACHETER EN DIRECT PENDANT LE LIVE STREAMING

Le groupe Ideal étant responsable de plusieurs marques, les mini-boutiques permettent aux vendeurs de personnaliser la sélection de produits et le marketing pour leur cible. Le groupe prévoit par ailleurs d'établir une collection de bijoux à des prix plus bas, pour répondre à la récession économique.

ECHANGEUR, une marque de BNP Paribas Personal Finance
BNP PARIBAS Personal Finance – Etablissement de crédit – S.A. au capital de 529 548 810 € – Immatriculée sous le n° 542 097 902 RCS Paris Siège Social :
1, Boulevard Haussmann – 75009 PARIS – ORIAS n° 07 023 128 (www.orias.fr) – www.bnpparibas-pf.com
TVA Intracommunautaire : FR 60 542 097 902