

**Etude de cas
Vilebrequin**

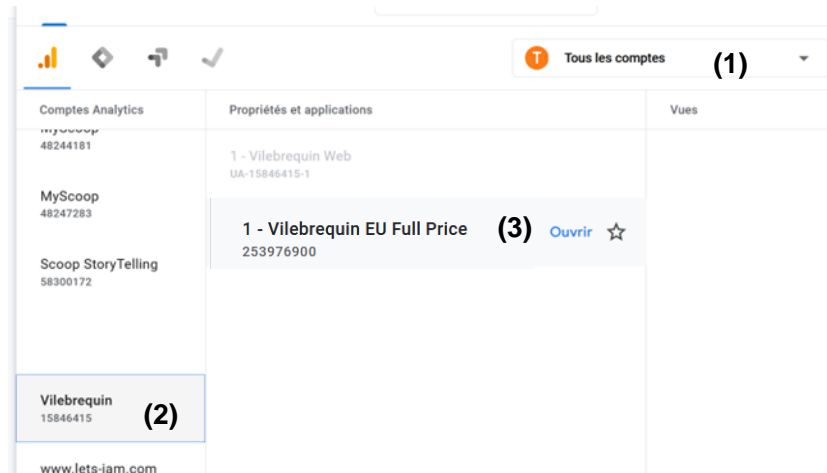
Julien GADRAT

julien.gadrat@ax10.consulting



Pré-requis

- Il est nécessaire de disposer des statistiques de trafic web site de e-commerce Vilebrequin appelées « GA4 - Vilebrequin EU Full Price » dans votre Google Analytics à travers la délégation d'accès effectuée en cours:
- Si vous avez aussi déjà des stats, pensez à choisir « Tous les comptes » **(1)** pour pouvoir voir « Vilebrequin » **(2)** puis « GA4 – Vilebrequin– EU Full Price » **(3)**, numérotée 253976900:



- Remerciement à Anthony Lesueur, Digital Director @ Vilebrequin pour l'accès aux données et aux éléments de contexte

Etude de cas

- Vous êtes en charge du marketing digital chez Vilebrequin. Avec votre équipe et l'appui d'une agence digitale, vous avez terminé la refonte du site de e-commerce qui a été mis en ligne au printemps 2017. Pour se conformer à la législation américaine, le site US est un site dédié à part (<https://www.vilebrequin.com/us/en/home>).
- Votre site, <https://www.vilebrequin.com/eu/en/home>, adresse donc le reste du monde! C'est l'adresse de livraison qui compte pour distinguer l'usage des 2 sites.
- La direction générale vous demande un point d'étape sur l'activité commerciale du site marchand hors USA.
- Il vous est demandé de présenter une vue d'ensemble des stats 2024 à la direction générale de Vilebrequin, basée à Genève.
- Vous devez pour cela présenter un support (PowerPoint par exemple) en appui de votre réunion qui sera transmis avant.
 - Le support doit fournir la trame générale (graphiques, données clés) qui appuieront votre discours
 - Peu de texte, afin de mettre en avant des messages clés
 - L'assistante de direction vous précise que la direction apprécie les présentations soignées (un rappel de l'esprit de la marque dans les supports est le bienvenu)

Une première réunion de préparation fait ressortir les besoins suivants

- Chiffres d'affaires généré en 2024 dans le monde (hors US):
 - À combien s'élève les ventes?
 - Via quels canaux d'acquisition?
 - Quels sont les articles les plus vendus? Est-ce les mêmes qui sont les plus consultés
 - Y a-t-il une saisonnalité?
 - Comment évolue le panier moyen?
- Audience du site
 - Qui est l'internaute type du site? D'où vient-il ? Qui est-il ?
 - L'acheteur type est-il très différent?
- Acquisition:
 - Quels les canaux d'acquisition principaux ?
 - Y a-t-il des sites référents significatifs dans l'apport d'audience?
 - Quel est- le meilleur réseau social en termes d'apport de trafic ?
 - Que représente la part du mobile/tablette dans l'audience? Quelle évolution à 6 mois? à 1 an ?

Quelques éléments de contexte

- Ce site ne vend que à des internautes disposant d'une adresse de livraison hors des Etats-Unis
- Les statistiques e-commerce sont intégrées à Google Analytics à travers l'option « e-commerce avancé ». Le tunnel « e-commerce » est donc un tunnel de transaction
- Les réseaux sociaux sont utilisés: Vilebrequin a un compte Instagram, Facebook, Twitter, Youtube et LinkedIn mais peu d'analyses ont été faites sur leur niveau de contribution à l'audience et aux ventes. En octobre 2017, Vilebrequin a ouvert également un compte Pinterest.
- Vilebrequin a une politique commerciale en ligne stricte:
 - aucune promotion
 - les prix sont fixes, sans variation durant l'année
 - Les magasins ont du respecter les mesures de confinement mais si elles étaient moins fortes aux Etats-Unis. Les boutiques ont subi l'absence de tourisme international
- Des campagnes sont faites par achats de mots clés sur Google. Les campagnes sont par pays et adressent 2 objectifs:
 - Promotion de la marque Vilebrequin (campagnes « branded ») par pays
 - Promotion des produits
- L'achat peut se faire 'one-shot' sans création de compte client préalable. La création du compte se fait simultanément. Une nouvelle commande impose par contre de s'identifier.

Quelques éléments de contexte (suite)

- Une newsletter est envoyée aux abonnés pour faire la promotion des nouveaux articles par exemple.
- Les newsletters aboutissent à des landing pages correspondant à des pages en relation avec le contenu proposé.
- Une campagne mail dédiée à l'abandon de panier (« Ab Cart ») est faite auprès des internautes qui sont sortis du tunnel de transaction.
- Un travail particulier a été sur le site pour que les recherches de mots (champ de recherche en haut à droite) donnent des résultats plus pertinents.

Modalités d'évaluation

- Le support de présentation ne doit pas dépasser 10 pages (hors pages de sommaire et d'intercalaire).
- Cette étude de cas sera coefficient 2 par rapport au QCM
- La date limite de réponse est fixée au vendredi 20 juin 2025, 20h.
- Le cas peut être fait en petit groupe (2 ou 3 maximum) ou individuellement
- Le support de présentation, qui symbolise votre support de présentation à la DG de Vilebrequin doit être envoyé par mail à julien.gadrat@ax10.consulting en mentionnant le nom de famille des personnes de l'équipe dans le nom du fichier