

## COMMUNIQUE

Paris, le 8 Septembre 2010



## **BOULANGER CHOISIT BRIDGE POUR OPTIMISER SA STRATEGIE MULTICANAL ET MISE SUR SON STORE LOCATOR**

L'enseigne leader de l'électroménager et du multimédia en France met son site Internet au cœur d'une stratégie multi-canal innovante, en jouant la complémentarité du Online et du Offline. Pour servir cette stratégie, elle mise notamment sur la fonction store locator de son site, et c'est vers Bridge, la solution conçue par Leadformance, totalement dédiée à cet enjeu, que l'enseigne s'est tournée. Grâce à Bridge, chaque magasin offre aux internautes une visibilité totale sur les magasins, depuis les produits proposés jusqu'aux dates d'ouverture exceptionnelle. Avec la solution de Leadformance, Boulanger propose aux internautes une expérience client réellement qui fait la différence.

Pourquoi avoir fait appel à Leadformance, éditeur de solutions axées Web to Shop basées sur la géo-localisation ? Olivier Hameau, Responsable Marketing Digital chez Boulanger explique : « Notre site s'envisage sous deux dimensions. La première est l'activité purement E-Commerce, et la seconde est celle d'une stratégie multi-canal, qui a notamment pour objectif de donner les moyens à nos clients de préparer leur visite en magasin. Il s'agit également **d'un moyen d'être présent sur des zones que notre réseau de points de vente ne couvre pas**. Nous avons très tôt envisagé notre activité online comme complémentaire du offline. Dans cette optique, la partie « store locator » de notre site est devenue stratégique. Chaque internaute doit pouvoir **trouver rapidement le bon point de vente Boulanger dans les moteurs de recherche**, et « vivre » chaque magasin comme s'il y était. Après étude, **nous avons fait le choix de confier cette optimisation à Leadformance, spécialiste en la matière, à travers leur solution Bridge**, plutôt que d'internaliser les développements, ce qui a eu une conséquence très positive en termes de coûts et de délais de mise en œuvre. »

Grâce à Bridge, chaque point de vente Boulanger bénéficie désormais d'un mini-site dédié, administrable par l'équipe du magasin, et **qui apporte à l'internaute un niveau de renseignement extrêmement complet**, depuis les rayons spécifiques traités en magasin, jusqu'aux horaires d'ouverture exceptionnelle, en passant par les services assurés et les opérations locales (animations, promotions). « Le commerce local peut totalement s'exprimer sur notre site, et la relation est engagée avec l'internaute sur le mode de la personnalisation totale », précise Olivier Hameau. « Nous avons la capacité **d'orienter efficacement la personne vers le point de vente le plus proche et le plus à même de satisfaire à sa demande**, aussi précise soit-elle. »

Si l'expérience Bridge apporte un vrai bénéfice en termes de performance commerciale, c'est également vrai à l'interne, comme l'explique Olivier Hameau : « Nos magasins étaient demandeurs d'une solution qui leur permette de valoriser leurs actions au niveau local, qu'il s'agisse de leurs ouvertures exceptionnelles le dimanche ou d'animations spécifiques. Aujourd'hui, nous apportons un très haut niveau d'information locale en temps réel, ce que la gestion centralisée des informations ne nous permettait pas jusqu'alors. Nous avons pu déléguer cette responsabilité aux équipes des points de vente, qui participent donc aussi à la performance online de Boulanger. »

Les résultats de cette combinaison des canaux online et offline au service du chiffre d'affaires global ne se sont pas fait attendre, et le nombre de visiteurs sur Boulanger.fr a rapidement augmenté comme Olivier Hameau le souligne : « Nous avons plusieurs millions de visiteurs uniques par mois, grâce au référencement naturel généré par les mini-sites des points de vente. Nos clients apprécient notre effort en faveur **d'un rapport totalement personnalisé entre eux et l'enseigne Boulanger.**

**« vos points de vente ? »**

**ent de Leadformance**  
**22 Septembre 2010 de**  
**merce Paris – avec le**  
**lameau, Responsable**  
**IGER.**

!

lée par Pierre-André  
. LEADFORMANCE  
et aux enseignes qui  
se des solutions e-  
t les points de vente  
s entre la France  
E Software Canada  
(LEADFORMANCE

ret :