

Digitaleo x LDLC : Favoriser la collaboration avec les magasins locaux

Success Story





Crédit photo :
Véronique Védrenne

Success story



| Digitaleo

Présentation de l'enseigne LDLC

Fondé en 1996, le Groupe LDLC est le leader Français du e-commerce informatique et high-tech. Le Groupe emploie plus de 1000 collaborateurs et possède un **réseau de 80 points de vente** en France.

Le besoin

1. **Faciliter la collaboration** avec le local
2. **Favoriser l'autonomie** des établissements et **l'usage** des réseaux sociaux
3. **Piloter** simplement **la communication à l'échelle du réseau**

La solution

“ Un outil tout-en-un

Auparavant, nos responsables d'établissement devaient **mettre à jour leurs informations** (horaires, etc.) et **répondre aux avis clients** sur une plateforme, puis sur une autre, ce qui était très chronophage. Désormais, ils peuvent le faire au même endroit et de façon simple, ce qui leur libère un **temps considérable** qu'ils peuvent consacrer à d'autres missions.

Notre réseau grandit, nous ouvrons d'ailleurs 4 nouveaux magasins en décembre. En étant Google Partner, Digitaleo nous permet de **créer des pages Google très simplement** et de les valider automatiquement. Ça nous enlève une grande épine du pied !

Quelques chiffres

25 ans d'expérience

80 points de vente en France

Secteur

High-Tech - matériel informatique

www.ldlc.com

80

magasins
embarqués
sur Digitaleo

76%

taux d'adhésion
du réseau

“ Un outil simple et évolutif

Nous avons également été conquis par la **simplicité d'usage** de l'outil et son côté **évolutif en termes de fonctionnalités**.

“ Un outil collaboratif

Avec Digitaleo, nous pouvons à présent proposer des **idées de contenus** à l'ensemble du réseau et les **accompagner dans leurs publications** sur les réseaux sociaux.

Grâce au **calendrier marketing** et aux **kits de communication** que nous mettons à leur disposition via Digitaleo, nos responsables d'établissement ont continuellement des idées de publications qui correspondent aux temps forts et aux moments clés de la communication, et ce de façon très visuelle.

“ Un tableau de bord centralisé

Chez LDLC, nous accordons une attention particulière à notre **service client** et à la **perception de la qualité** de nos magasins. Il nous fallait donc un **outil de suivi** qui permettait d'avoir une vue d'ensemble des indicateurs (délais de réponse, taux de réponse, note moyenne) pour tous nos magasins.

Nous avons donc une plus grande **visibilité** sur les actions mises en place au niveau local, tout en laissant de la liberté aux points de vente et l'espace nécessaire pour qu'ils puissent s'exprimer.

Comment utilisez-vous la plateforme ?

Nous utilisons principalement les modules **Presence Management, Avis clients** et **Réseaux Sociaux** au siège et en local. Au siège, c'est l'équipe marketing retail dont je fais partie, au niveau local ce sont les responsables de magasin et quelquefois des membres de l'équipe.

“ L'usage au siège

L'utilité première de Digitaleo est de nous permettre d'avoir accès aux **pages Google de tous nos établissements**. Nous avons désormais une **vision globale** de l'ensemble des informations de notre réseau ce qui facilite grandement l'analyse pour nos bilans mensuels.

Nous laissons une grande **liberté au local dans la gestion de leurs fiches Google**, nos points de vente ont d'ailleurs la possibilité de modifier un grand nombre d'informations comme leurs horaires ou leurs photos entre autres.

L'outil Digitaleo nous permet de savoir que **le nombre d'avis Google** déposés sur l'ensemble de nos fiches a **augmenté de 5%** depuis septembre. C'est une information importante pour notre réseau, et cela est de bon augure pour la suite !

Andreia Amorim Moreira,
Chargée de communication dédiée aux réseaux de magasins



Nous avons uniquement opté pour le verrouillage des **descriptions de lieux** car ces contenus ont été optimisés pour le SEO par le siège.

En règle générale, nos magasins sont très autonomes sur la partie avis clients. Nous surveillons l'**évolution du nombre d'avis** et la **note moyenne du réseau** et accordons une attention particulière aux magasins qui viennent d'ouvrir en les accompagnant davantage et en s'assurant qu'ils aient les bons réflexes pour collecter un maximum d'avis.

“ L'usage en local

Avec Digitaleo, nos points de vente peuvent désormais regarder leurs propres statistiques et avoir une **vision globale** de ce qui est généré, notamment via leurs fiches Google. Cette partie KPI est vraiment essentielle pour nos magasins, car c'était quelque chose qui était un peu caché auparavant sur Google My Business.

Les **modèles de réponses** aux avis clients proposés sur la plateforme sont très appréciés par nos équipes locales. Cela permet de **les aiguiller et de les rassurer**.

Comment les équipes vous accompagnent au quotidien ?

“ Une équipe très disponible et réactive

Nous avons un réseau en mouvement et avons donc besoin de **réactivité**.

Nous avons donc mis en place des **échanges hebdomadaires** avec un récap en début et fin de semaine, lors desquels nous évoquons les nouveaux ajouts, les évolutions et les nouvelles pages à créer.

Comment s'est déroulée la mise en place de l'outil au sein du réseau ?

Nous avons beaucoup échangé avec l'équipe de Digitaleo en amont pour être sûrs que le produit réponde vraiment aux **besoins du local**.

“ Une phase de paramétrage et de configuration

Entre mai et juin, nous avons élaboré le **planning de lancement pour les magasins**, en s'assurant que toutes les pages soient prêtes à être mises en place, rédigées et implémentées sur Digitaleo afin de faciliter la prise en main de l'outil pour les points de vente.

Nous avons également laissé le choix au local d'identifier quelles étaient les personnes en magasin qui allaient avoir des accès sur Digitaleo.

“ Une phase de formation

Nous avons planifié **3 sessions de formation** durant l'été auprès des animateurs réseaux, de l'équipe marketing retail et des personnes préalablement désignées pour utiliser l'outil, afin que ces derniers puissent bien **comprendre le fonctionnement de la plateforme**.

“ Une phase de déploiement

En septembre, nous avons dans un premier temps mis en ligne les premiers **kits de com** génériques pour le local (ouvertures exceptionnelles, fermetures exceptionnelles, modification d'horaires temporaires ou définitifs, etc.), puis les **kits commerciaux** dans un second temps.

Nous avons pour objectif d'être prêts pour notre opération de rentrée, car c'est un moment important en termes de business.

Faites le premier pas,
contactez-nous