



Le commerce électronique : Promotion des ventes d'outils de haute qualité. Le marteau de Picard frappe le clou sur la tête avec le loadbee

- Dans le commerce électronique, le contenu des produits joue un rôle de conseil et de promotion des ventes
- Le fabricant d'outils Picard et plus de 300 marques transfèrent le contenu de leurs produits dans le design de leur marque à la plateforme loadbee et l'adaptent en fonction de leur CI/CD.
- loadbee injecte le contenu de promotion des ventes et de présentation des produits des marques dans les pages de vente de plus de 1 800 boutiques en ligne de détaillants.
- Le contenu produit supplémentaire fournit aux clients des informations complètes et pertinentes sur les produits de la marque respective.

Stuttgart/Wuppertal, août 2020. Lors de l'achat d'outils en ligne, les possibilités de comparaison sont infinies - tout comme la variété des produits disponibles. C'est pourquoi Picard utilise loadbee. Picard est l'un des derniers fabricants allemands d'outils de frappe de haute qualité qui offrent à l'utilisateur un haut degré de qualité, ce qui est dû à leur fiabilité et à leur ergonomie. Picard et plus de 300 autres marques transfèrent le contenu de leurs produits de marque sur la plateforme loadbee et choisissent une disposition pour celle-ci à cet endroit. Le contenu des produits de marque préparé dans ce design et cette mise en page spécifiques est injecté directement dans les pages de vente des revendeurs qui ont intégré le loadbee dans leurs magasins et qui vendent ces produits.

Daniel Gasperi, signataire autorisé, responsable des ventes et du marketing chez Picard : explique pourquoi l'utilisation de loadbee est la meilleure pratique dans le commerce électronique : "Il est important pour nous de souligner notre qualité et les différences que vous ne pourriez pas voir dans l'image d'un petit magasin. En outre, la plupart des marteaux sont des produits conformes à la norme DIN, qui ne diffèrent guère, sur le plan optique, de cette spécification. Nous pouvons ici créer un énorme avantage avec des informations supplémentaires sur les produits via le loadbee sur les pages produits des revendeurs. Ainsi, nous atteignons les clients au moment de la décision d'achat grâce à notre contenu, qui complète les informations des revendeurs. C'est une véritable valeur ajoutée pour nous en tant que fabricant de marques".

"Avec loadbee, les marques peuvent présenter leurs produits de manière à promouvoir les ventes et convaincre le client au moment de la décision d'achat", déclare Klaus Wartlik, directeur général de loadbee.

loadbee injecte le contenu des produits de marque directement dans les pages de vente du côté des distributeurs

Les arguments de vente multimédias ont le plus grand impact possible lorsqu'ils atteignent le client au moment de la décision d'achat. Cette décision est prise par les clients en ligne lorsqu'ils vérifient les produits dans la boutique en ligne - sur la page de vente ou de détail du produit. C'est exactement là que le contenu du produit de la marque est placé à l'aide du loadbee - dans la disposition et le design préférés de la marque. De cette façon, les marques convainquent au moment de la décision d'achat grâce à des informations pertinentes sur les produits. Elles sont visibles en tant que marque et influencent la présentation (audio-)visuelle de leurs produits.

Entretien avec Daniel Gasperi, signataire autorisé, responsable des ventes et du marketing chez Picard :

Quel rôle le commerce électronique joue-t-il pour vous et pourquoi l'abordez-vous avec loadbee ?

Gasperi : Le commerce électronique est un canal important pour atteindre nos utilisateurs. Il est devenu encore plus important en raison de la situation actuelle de pandémie. Pour nous, loadbee est le moyen choisi pour fournir à nos partenaires commerciaux les informations les plus récentes sur les produits. La facilité d'utilisation nous a permis, en tant que petite entreprise, de fournir ces informations directement, sans connaissances ou compétences particulières, tout en assurant nous-mêmes la maintenance des données.

Quel rôle le contenu des produits joue-t-il dans le commerce en ligne ?

Gasperi : Lors du processus d'achat en ligne, l'utilisateur souhaite être informé de la même manière que dans le commerce spécialisé fixe. Dans les magasins de briques et de mortier, nous apprenons aux détaillants comment vendre les produits de notre marque. Cependant, dans le commerce électronique, le contenu des produits remplace le personnel de vente qualifié. Un bon contenu de promotion des ventes doit être d'excellente qualité en termes d'images, de textes et d'informations techniques. L'émotion en tant que contrepartie du spécialiste de la vente convaincante ne doit pas non plus être négligée. Le langage visuel et la manière dont nous nous présentons doivent paraître familiers au client et être à jour. Le contenu doit pouvoir transmettre le "look & feel" - tout comme les solutions coordonnées de points de vente dans le commerce de détail stationnaire - idéalement encore mieux.

Que proposez-vous au client avec le contenu de votre produit ?

Gasperi : Beaucoup d'utilisateurs pensent qu'ils savent déjà tout sur "le marteau". Nous essayons de faire comprendre que tous les marteaux ne sont pas des marteaux et qu'il existe de nombreux détails techniques qui font d'un marteau PICARD ce qu'il est. Nous en donnons un aperçu en images sous différents angles, avec des vidéos de produits et des détails techniques. Nous sommes ici dans un processus constant de production de contenu supplémentaire.

À quoi faites-vous attention avec le contenu de vos produits ? Comment déterminez-vous ce que les clients veulent savoir ?

Gasperi : Notre contenu est créé en coopération avec nos fournisseurs de services, mais aussi en interne, car notre équipe possède un haut niveau d'expertise en raison de sa spécialisation dans le "thème du marteau". Le nouveau contenu est créé par un contact direct avec nos utilisateurs et leurs questions. Nous maintenons ce contact lors des salons de consommateurs de la manière classique hors ligne, mais aussi en ligne via nos canaux de médias sociaux.

Pourquoi est-il important de s'adresser aux clients dans le cadre du commerce électronique de manière ciblée ?

Gasperi : Pour s'assurer que l'information passe et n'est pas filtrée comme étant non pertinente. Aujourd'hui, tout le monde est submergé d'informations qui peuvent ne pas être pertinentes du tout. En même temps, nous manquons d'informations dont nous avons besoin au moment de la décision d'achat. Les informations sur nos produits figurent également sur notre site web ou dans notre catalogue, mais lorsque le client veut prendre une décision d'achat - et nous parlons ici d'un marteau et non d'une voiture - il ne veut pas entamer un nouveau processus de collecte d'informations, il veut trouver les informations sur place - et dans la qualité qu'il attend de notre produit.

Quel avantage/valeur ajoutée vous apporte loadbee ?

Gasperi : loadbee nous aide à mettre nos informations à la disposition de l'utilisateur dans le magasin de notre partenaire de distribution, dans la qualité et la quantité définies par nous, en fonction de ses besoins.

Merci beaucoup pour l'interview, M. Gasperi !

Avec [loadbee](#), plus de 300 fabricants de marque touchent chaque jour plus d'un million de clients sur les pages de détails des produits de plus de 1 800 boutiques en ligne. De cette manière, les fabricants de marque complètent les informations sur les produits des détaillants en ligne dans tous les secteurs d'activité et dans plus de 40 pays. Des tests comparatifs ont prouvé que l'utilisation de loadbee génère 25 % de ventes supplémentaires. L'entreprise loadbee a été fondée en 2013 à Stuttgart, en Allemagne.

Contact presse :

Carmen Renz
Tél. : +49 170 7068 633
e-mail : press@loadbee.com

loadbee GmbH
Karlsruher Straße 3
70771 Leinfelden-Echterdingen