

Brico-Déco : Conquérir le client digital Nouveaux parcours d'achat



Webinar organisé par
KORELIZ
Editeur & Agence digitale

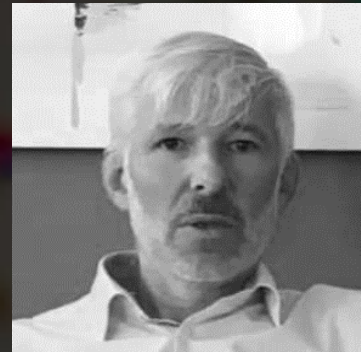
Qui sommes nous ?

Editeur & Agence digitale

Accompagner nos clients dans la digitalisation de leurs techniques de vente, afin de :
Concevoir, chiffrer, vendre de manière ludique et performante dans BTP, bricolage, décoration



Emmanuelle Reichardt
Directrice marketing



Philippe Taupin
CEO

Bienvenue sur le webinar de KORELIZ

Brico-Déco : Conquérir le client digital

Déroulé du webinar :

- 3 mn Mise en place
- 15 mn Présentation
- 5 mn Echanges , réponse aux questions

Pendant le webinar :

Sur le chat – questions d'ordre technique (soudis sons, image...)

Sur questions – posez vos questions elles seront abordées lors de l'échange

Après le webinar :

Vous recevrez la présentation commentée, accédez au replay

Les équipes koreliz seront disponibles pour un audit digital individuel

Brico-Déco : Conquérir le client digital

SOMMAIRE

I – Clients Brico Déco

Les nouveaux clients

Les nouvelles habitudes de consommation

Les parcours d'achat omnicanaux

II – Exemples de digitalisation réussies

Concevoir une stratégie digitale omnicanale

Cas clients

Freins rencontrés

Echanges



Brico-Déco : Conquérir le client digital

1

LES CLIENTS



Les spécificités des achats Brico-Déco

Coordination
Des
acteurs

Un PROJET n'est pas un achat isolé

Une envie (LE projet : déco, pratique, techno...)

Des matériaux et outillages

Des savoir faire (architecte, décorateur, artisans, vendeurs...)

Des contraintes (techniques, urbanisme...)

Un budget

Conseil
&
Réassurance

Un MARCHÉ à potentiel

L'âge des acheteurs bricolage évolue (24 % ont moins de 35 ans)

60% des projets de rénovation abandonnés*

source Etude **UNKNOWS** sociologie acheteurs bricolage 2019

(peur de l'échec, manque de conseils et de compétence)

Qui est le nouveau client Brico-Déco ?

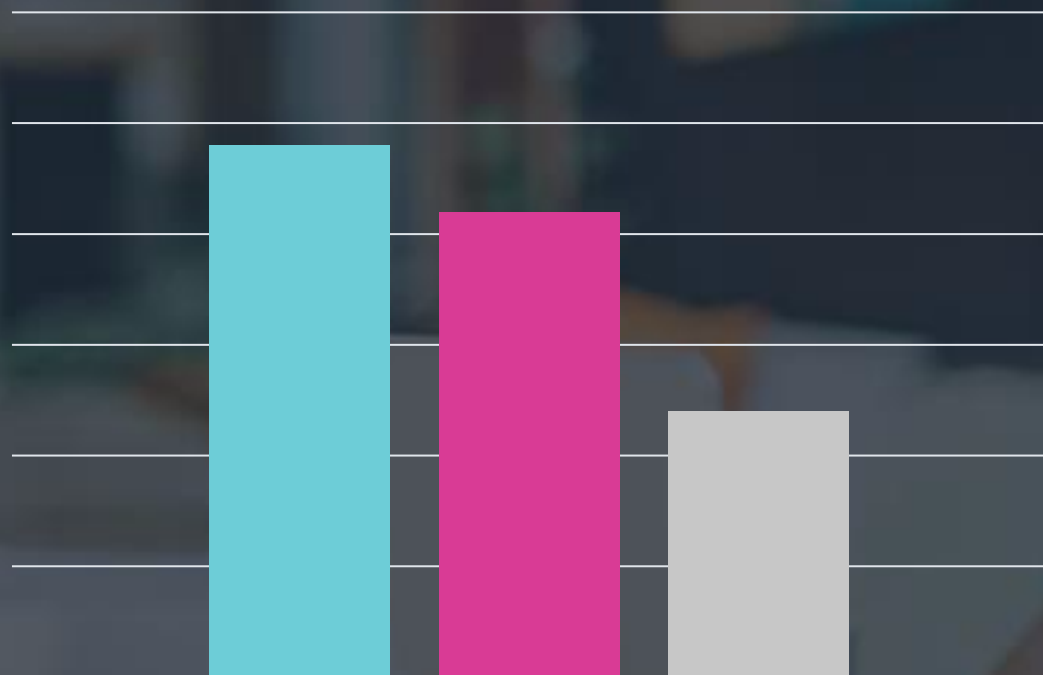
Les acheteurs de bricolage sur internet se considèrent comme :

STYLE DES CLIENTS

24% Bricoleurs

21% Brico décorateurs

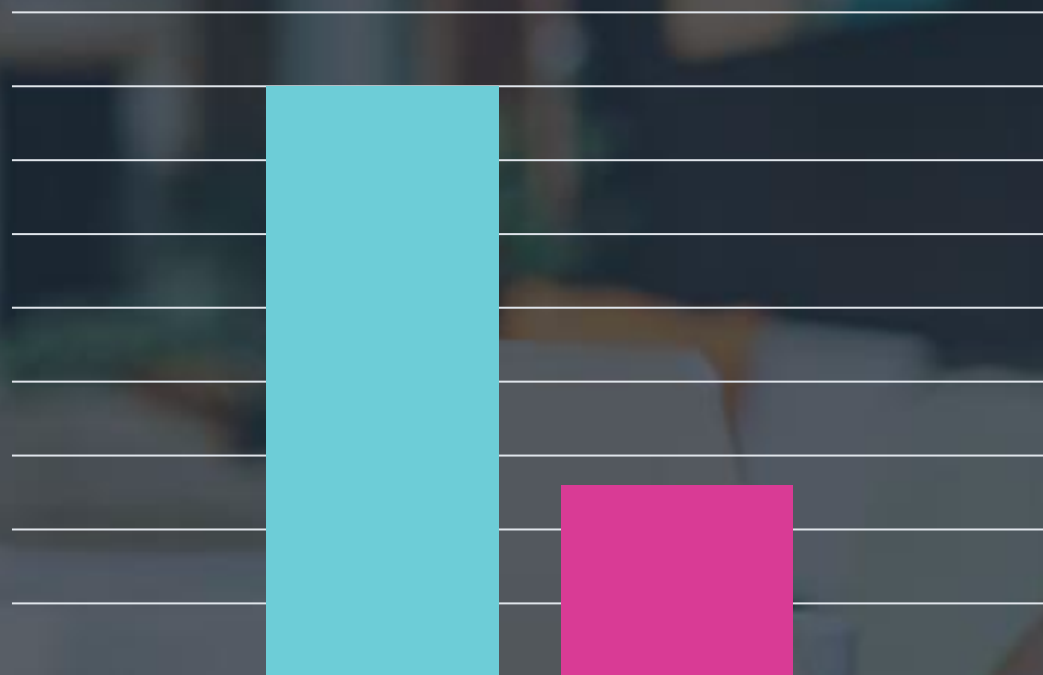
12% Décorateurs



Source Etude Inoha par le CREDOC parue dans LSA Février 2020

Qui est le nouveau client Brico-Déco ?

L'âge des acheteurs évolue (24 % ont moins de 35 ans),
leur style et aussi leurs motivations :



MOTIVATION

40% Plaisir

19% Nécessite

Qui est le nouveau client Brico-Déco ?

57%

Des clients ont consulté ou acheté des articles de bricolage sur internet (contre 82% toutes catégories)

80%

Des clients affirment qu'internet est décisif dans leur prise de décision

Les nouveaux parcours achat omnicanaux



FULL WEB

FULL WEB

Il fait ses recherches et achète en ligne



FULL STORE

FULL STORE

Il fait ses recherches et achète en magasin



SHOWROOMER

SHOWROOMER

Il se renseigne en magasin puis achète sur internet



ROPO*

ROPO

Il s'informe en ligne avant d'acheter en magasin
Research Online, Purchase (

Les « nouvelles » expériences achat digitales

La configuration 3D des projets



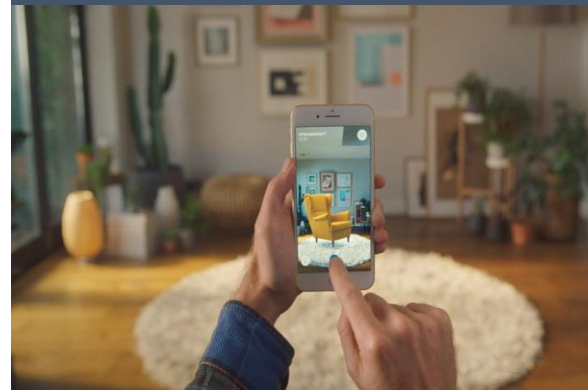
Configuration en 3D de la pièce du client aux dimensions réelles pour valider un aménagement. Très populaire en cuisine, salle de bain, ou en projet de restructuration d'espace (ouverture de mur ou réimplantation).

La VR Réalité virtuelle



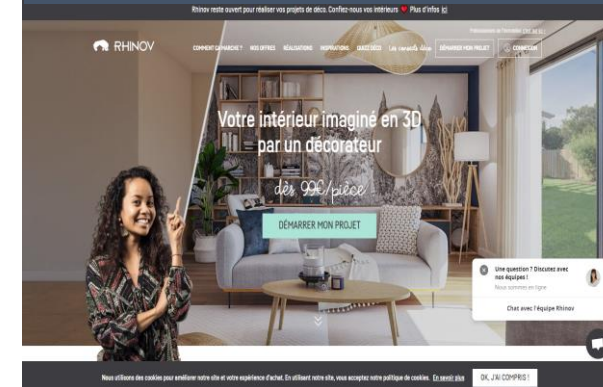
La VR propose au client une visite virtuelle dans une pièce modélisée à l'aide d'un casque. Très populaire en immobilier, la modélisation en VR nécessite une modélisation par pièce onéreuse et un matériel spécifique pour un effet wahou.

La réalité augmentée



La réalité augmentée propose au client de projeter un objet ou un décor fictif dans sa pièce, avec son smartphone ou sa tablette. Très ludique pour les objets de décoration ou les revêtements, cette technologie devient de plus en plus simple et abordable.

Les nouveaux services en ligne



Les nouvelles expériences brico déco sont boostées par de nouveaux acteurs : Les conseils déco : la simulation et le conseil d'un décorateur à partir de 99€ Les plateformes de jobber et mise en relation qui facilitent la recherche d'un artisan.

Stratégie Omnicanale Brico Décoration

2

Digitalisation & Cas clients



Concevoir votre expérience digitale

PERIMETRE DE L'EXPERIENCE

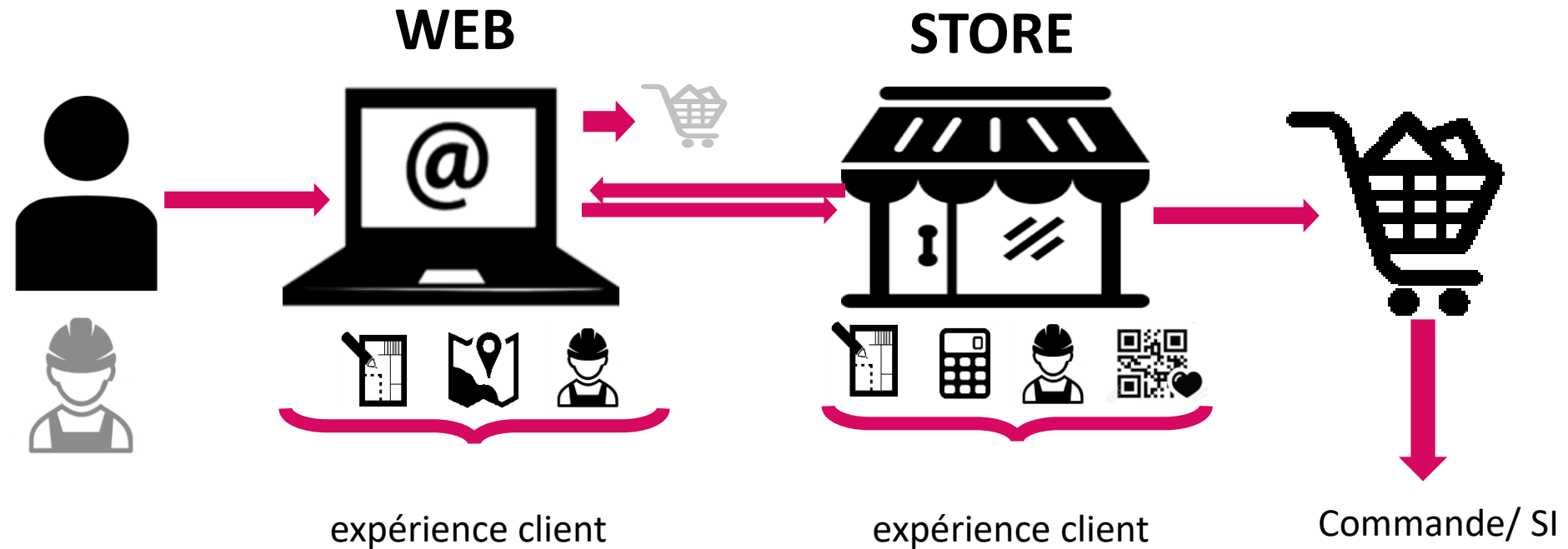
- Choix techniques des produits
- Calcul quantites
- Type de rendu : 2D/3D/PHOTO/VR/REALITE AUGMENTEE
- Matériels requis : PC, smartphone, borne tactile, casque...

INTERACTION AVEC LES SYSTEMES

- Favoris, commande en ligne ou omnicanale
- Mise en relation (s)
- Partage de projets : espace client & espace vendeur



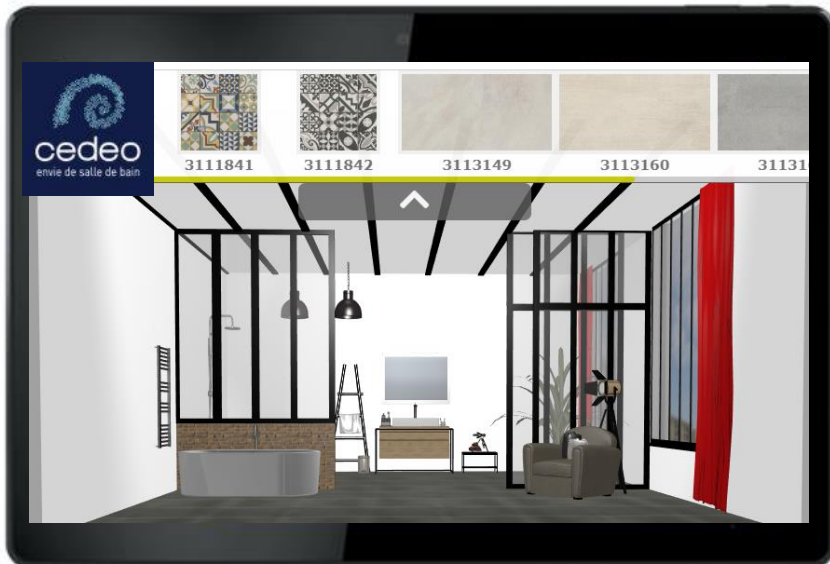
Concevoir votre parcours client



Des parcours digitaux totalement personnalisés

- ✓ Votre (vos) parcour(s) client(s) - Votre parcours Conso / pro
- ✓ Votre expérience client : chiffrage, métré, aide au choix, 2D, 3D
- ✓ Votre contenu : les 20/80 de vos références sur web, 100% sur le store ...
- ✓ Vos fonctionnalités : mise en relation, commande, plan pose, devis, commande...

Des expériences consommateur web to store



Distributeur CEDEO
Vente en showroom

Problématique :

Web : capter de nouveaux clients

Agence : Augmenter service et taux transfo

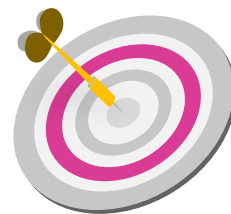
Equiper l'ensemble des conseillers de vente d'un configurateur 3D aide à la vente OMNICANAL

Configurateur web avec mise en relation

Partage de projets vendeur / consommateur

Personnalisation des contenus et interface

Formation vendeur digital : aide à la vente des produits avec le 3D



Nouvelle cible

Clients issus du web



80%

Transformation 3D

Configurer et vendre sur site client B to C



Fabricant VALINO

Distributeur via web et showroom

Problématique : illustrer sa gamme de produits pour faciliter la commande

Site web B to C + configurateur personnalisé

Configuration en ligne d'objets VALINO

La multiplication des variantes :

30 Meubles x2 dimensions x10 textures x 5 poignées x 3 vasques =
9 000 Références

Configuration 3D des objets => commande en ligne

API panier Magento

WORK IN PROGRESS

(A titre indicatif configurateur CAROCIM pour carreaux ciments et
laison panier Prestashop; taux de transfo du configurateur
apport de 1200 nouveaux consommateurs par an)



KORELIZ
L'éditeur au service de votre solution

Configurateur façade toiture B to B to C

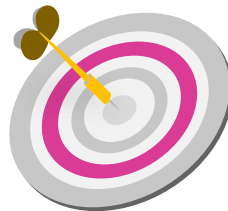


Agences Larivière
Distributeur via agence

Problématique : traçabilité du marché et
des chantiers, innovation sur le marché

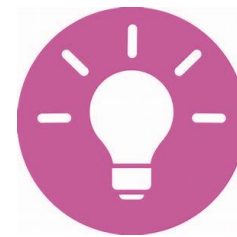
Application web B to B to C + configurateur personnalisé

Accompagnement digital complet : audit data et structures et recommandation
Outil back office de data
Configurateur personnalisé de maisons & revêtements (façade toiture)
Transmission des projets des artisans aux agences pour cotation



Cibler

Artisans &
clients finaux



Innover

Expérience
configuration à VA



Structurer

Datas & API



KORELIZ
L'éditeur au service de votre solution

Freins évoqués par les clients

Freins digitaux négoce



84%

identifient au moins un frein technique à la transformation digitale



69%

identifient au moins un frein humain à la transformation digitale

Freins évoqués par les clients



Freins évoqués par les clients

Détails freins humains

Dans le détail les principaux freins humains sont :

38%

réticence au
changement de la
part des équipes

33%

manque
de formation
des équipes

17%

manque
d'implication
de la direction



Merci de votre attention

Vos questions
Consultez nous



info@koreliz.com

01 39 07 28 28