

CUISINES AVIVA RENFORCE SA STRATÉGIE DIGITALE

(Attentive depuis 2011 à l'amélioration de ses modes de communication et à sa relation marque/consommateur, l'enseigne Cuisines AvivA poursuit sa transformation numérique au service de ses clients avec l'annonce de son nouveau site Internet.)

■ LA DIGITALISATION, VÉRITABLE PROJET D'ENTREPRISE

Soucieuse de porter toujours plus loin les services simplifiant le parcours client, l'enseigne Cuisines AvivA déploie une stratégie clairement orientée sur le digital.

Historiquement pionnière, Cuisines AvivA est la **première enseigne de cuisiniste sur les réseaux sociaux**.

L'enseigne révèle, en juillet 2015, la nouvelle version de son site Internet, développé sur la plateforme de e-commerce magento, avec l'identité du nouveau concept.

Créant un véritable **espace d'échange et de travail entre magasins et clients**, le site Internet propose aux internautes de **nouvelles fonctionnalités**, parmi lesquelles la « wish list », la visite virtuelle, l'enregistrement des coupons promotionnels, une rubrique électroménager à prix Internet puis, dès le printemps 2016 de nouveaux services permettant une plus grande fluidité des échanges entre le client et son magasin.

Cette nouvelle version du site s'inscrit donc dans une volonté de **rendre la marque encore plus accessible** en conservant au cœur de ses préoccupations **la qualité et la proximité de sa relation client**.

Avec **78% de progression** pour la **prise de rendez-vous en ligne** lancée en décembre 2013, l'enseigne cherche à présent à élargir son offre de service digital.

Dans une logique cross-canal, il sera désormais possible d'être conseillé et de suivre son dossier grâce à la création d'un compte personnel. Ce nouvel outil permettra à AvivA de mieux connaître les attentes de ses clients lors de leur venue en magasin.

D'après **Éric Martin, Direction Réseau** : « le web doit contribuer au commerce en tant que vecteur de l'image et de l'offre, mais aussi et surtout en tant **qu'outil au service du client**. Le nouveau concept AvivA permet à nos équipes d'être **plus efficaces en comprenant mieux les attentes des visiteurs et d'être plus proches de nos clients dans l'accompagnement de leurs projets**. »

■ UNIFIER MARQUE ENSEIGNE ET MARQUE DIGITALE

Grâce à la nouvelle interface de son site, AvivA fait le choix **d'accompagner ses clients avant, pendant et après leur venue en magasin**, fluidifiant ainsi le parcours client en créant une véritable relation personnalisée.

89% des clients de biens d'ameublement consultent des sites Internet avant leur passage en magasin*. Il est ainsi indispensable pour l'enseigne AvivA de créer un univers cohérent, unifié par le nouveau concept, entre la marque digitale et les points de vente. De chez lui ou depuis son Smartphone, le consommateur aura accès en permanence à un maximum d'informations.

*Source IPEA 2015

AVIVA ONLINE

- ▶ **+2200** visites du site par jour
- ▶ **820 000** visites en 2014
- ▶ Près de **90 000** visites sur le blog
- ▶ Plus de **35 000** fans sur Facebook
- ▶ Plus de **620** followers sur Twitter
- ▶ **CA impacté par le web : 2,180 M€€**

François Delporte, Chef de projet web marketing revient sur la stratégie mise en œuvre :

« Notre défi digital ? Rapprocher client et magasin par un accompagnement digital, avant, pendant et après sa venue dans nos magasins. Nous mettons en place un parcours client qui commence et se termine à domicile. »

FOCUS « LE COMMERCE PAR L'INNOVATION »

Cette nouvelle version relève le défi de définir à nouveau l'expérience digitale et multicanale du secteur.

Selon Christian Laville, chef de projet chez JETPULP, « cette première version pose les fondations résolument e-commerce du dispositif ». Celui-ci doit continuer à évoluer pour constituer l'épine dorsale d'une relation client multipoints.

Commencer un projet en show-room, retrouver son devis et ses plans dans l'espace client sur le web, profiter d'une promotion personnalisée et exclusive par mail, finaliser son projet... Toutes ces démarches pourront à terme se dérouler au choix en ligne ou hors-ligne.

« Avec son nouveau site, Aviva bascule dans la digitalisation de son activité et se donne les moyens de continuer sa success story. » Sylvain Laffont, directeur conseil chez JETPULP.



À PROPOS DE L'ENSEIGNE AVIVA

Dans une société caractérisée par le retour au hiving et où la cuisine tient une place prépondérante dans la maison, Aviva propose à ses clients du design, du choix et du bien-être accessible à tous.

Créée en 2000 par les lyonnais Georges et Bernard Abbou, avec le souhait de rendre la cuisine accessible au plus grand nombre, l'enseigne connaît un succès croissant partout en France. Avec un rythme de développement régulier d'une dizaine d'ouvertures par an, Aviva est un franchiseur actif qui poursuit activement son maillage du territoire. La recette du succès d'Aviva : plus de 350 modèles de cuisines de fabrication allemande vendues à bas prix, sans rien sacrifier à la qualité ni au service, grâce à des politiques d'achat et de gestion rigoureuses et responsables.

La particularité de l'enseigne : Aviva n'a pas d'implantation type, ses cuisines sont toujours chiffrées telles que présentées : meubles, électroménager, sanitaires et garanties compris !

CHIFFRES CLÉS

- ▶ 15 ans d'expérience
- ▶ Plus de 290 collaborateurs
- ▶ Un CA de 53M€ en 2013
- ▶ Un objectif de développement fixé à 85 points de vente en France à fin 2017

Site grand public :

www.cuisines-aviva.com

Site franchise :

franchise.cuisines-aviva.com

CONTACTS PRESSE :

Cuisines Aviva
Nathalie Garel
nathalie.garel@gp-aviva.com
04 37 56 77 11

TBWA\CORPORATE
Léa Manuel
lea.manuel@tbwa-corporate.com
04 37 47 36 29

