

TOUS LES TALENTS ONT LEUR PLACE CHEZ CUISINES

AVIVA



**Georges Abbou,
Président Fondateur**

« Investir intelligemment le web, c'est dans l'ADN AvivA. Nous sommes une entreprise jeune qui propose une offre originale et compétitive et notre stratégie digitale s'inscrit en droite ligne de ce positionnement. Il est naturel de revenir aux sources du business model du low cost qui a été démocratisé par Internet ».

En 2012, AvivA s'impose comme leader digital et renforce sa stratégie web en 2013

Créée en 2000, AvivA, spécialiste de la cuisine équipée haute qualité à bas prix, est aujourd'hui la première enseigne de cuisiniste à investir massivement et efficacement le web au moyen d'une stratégie tournée vers le consommateur. Avec à ce jour, deux sites web et leurs versions mobiles, un blog, des comptes Facebook et Twitter, AvivA a fait de 2012 une année résolument digitale.

Une montée en puissance progressive

La stratégie digitale d'AvivA commence en 2007 avec la création d'un site Internet simple présentant le concept, des modèles de cuisines et un formulaire de contact pour des candidats à la franchise. En 2011, un nouveau site a été conçu qui présente le positionnement AvivA, permet aux visiteurs de se familiariser avec les collections grâce à la **large vitrine de modèles et d'électroménager**, facilite l'accès aux promotions, bons plans et déstockages, permet l'enregistrement des noms pour constituer une **base de données CRM** et enfin, génère des candidatures de franchisés via un **sous-domaine consacré à la franchise**.

Ce site constitue aujourd'hui le pivot d'une **stratégie cross canal au service de l'accompagnement client**. En 2011 sont lancés les différents outils au service de la stratégie digitale :

- [le site client](#)
- [le site franchise](#)
- [le compte Facebook](#)
- [le compte Twitter](#)
- [le blog](#)



Et en **2012 la marque devient accessible sur les mobiles** :

- [le format mobile du site client](#)
- [le format mobile du site franchise](#)

Une stratégie qui se révèle efficace puisqu'en 2012 le trafic du site client a progressé de **+71%**, et celui du site franchise de **+53%**. Cette stratégie digitale s'inscrit dans une stratégie commerciale globale avec un double objectif de visibilité et de création de trafic en magasin.

Une véritable stratégie cross canal

Afin d'être le plus efficace possible sur tous les aspects du digital, AvivA a optimisé cette année son organisation en interne afin d'augmenter les **interconnexions entre les services** et ainsi **gagner en réactivité**. Un poste de chef de projet webmarketing a également été créé. AvivA s'entoure de **prestataires experts** dans leur domaine : une agence pour la création et gestion des sites, une agence pour le web marketing et une dernière pour

**520 000 VISITES
SUR LE SITE
CUISINES-AVIVA.COM
FIN NOVEMBRE 2012**

la communication d'influence et le community management.

Alors que les acteurs traditionnels du marché ont développé un site web relais de leur communication off-line, AvivA place le web comme **premier média national** et lui consacre près de **20% du budget de communication**. AvivA est la **première enseigne de cuisiniste à avoir franchi le pas de la transparence** sur le web : « Nous avons tout de suite compris l'intérêt des réseaux sociaux et nous avons pris le risque de briser le silence qui entourait jusqu'alors nos métiers. Nous ouvrons la discussion et nous répondons à chaque commentaire. Chaque remarque remonte directement et rapidement aux services ou magasins concernés », explique Georges Abbou.



L'un des objectifs prioritaires de l'enseigne est d'étendre son réseau afin de **gagner en proximité avec sa clientèle**. C'est cette proximité qui motive la stratégie digitale AvivA : être visible tout le temps, sur tous les supports, **donner la possibilité à la communauté AvivA de s'exprimer** et d'échanger... Tous les outils 2.0 permettent en effet de faire valoir les valeurs AvivA de **partage**, de **transparence** et de **convivialité**.



Facebook :

- ▶ La **1^{ère}** communauté du secteur de la cuisine
- ▶ 12 000 fans en 16 mois
- ▶ Une communauté ciblée : 57% de la communauté sont des femmes de 25 à 54 ans

Témoignage d'un jeune talent digital chez AvivA : François Delporte



Intégré au service de communication AvivA depuis 2010, François Delporte est un jeune professionnel féru de culture digitale. En charge de la présence de la marque sur Internet et de la mise en œuvre du plan d'action web marketing, il revient pour nous sur l'histoire 2.0 d'AvivA.

Comment avez-vous ressenti la montée en puissance d'AvivA sur le web ?

Lorsque je suis arrivé chez AvivA en 2010 la marque n'était pas tournée vers le Web. Non pas que les dirigeants ni croyaient pas, bien au contraire, mais ils n'avaient personne à leurs côtés pour organiser la refonte et gérer les choses au quotidien. Il y avait beaucoup de travail en perspective.

À partir de l'été 2011 où nous avons lancé les sites, nous avons commencé à faire vivre l'expérience client sur un maximum de réseaux sociaux avec le lancement du blog, des comptes Facebook et Twitter. Un an et demi a passé depuis et, lorsque je regarde en arrière je me rends compte du travail effectué !

Il y a 2 mois nous avons lancé une version mobile de nos sites Internet afin d'être présents sur tous les supports et nous avons obtenu de beaux résultats de visites et en CA généré par le Web. L'année 2013 va voir notre présence s'intensifier, notamment avec une version du site client pour l'Algérie.

Pensez-vous qu'il soit aujourd'hui nécessaire pour une marque d'investir Internet ou seulement un plus ?

On parle du mythe Internet, certains n'y croient pas mais aujourd'hui nous sommes capables de mesurer très précisément le ROI de chacune de nos actions dans chaque magasin. Grâce aux transformations d'organisation induites par le passage à une entreprise 2.0, nos SAV ont

diminués, les équipes en magasin étant d'autant plus vigilantes. C'est une véritable amélioration tant pour les clients que pour les équipes.

Bien entendu les marques doivent adapter leur investissement selon leurs moyens et leur activité. Internet est un média très complet, qui évolue rapidement mais qui reste toujours accessible, il est donc important de se forger une expérience au plus tôt.

Près de la moitié des français ne savent pas précisément à quoi correspondent les métiers de l'Internet : au quotidien, de quoi se compose votre métier ?

Au quotidien c'est beaucoup de choses ! Même si je suis entouré par le service de communication et nos agences, je dois mener énormément de travaux de front : la tenue des outils Web, le développement de

fonctionnalités nouvelles pour le site client, la promotion de la marque via les campagnes Adwords et Display, la gestion des outils sociaux, l'amélioration du référencement naturel, création des offres et des Newsletters...

C'est un métier très complet qui va de la simple réponse à une question de client à la présentation aux franchisés des résultats de nos actions.

Chiffres clés

- ▶ 12 ans d'expérience
- ▶ Plus de 290 collaborateurs
- ▶ 57 points de vente
- ▶ Un CA de 45,5M€ en 2011

Site grand public :
www.cuisines-aviva.com

Site franchise :
franchise.cuisines-aviva.com



A 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 en low cost.

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. L'entreprise familiale poursuit activement son maillage du territoire et pourrait bien atteindre les 100 points de vente dans les plus importants bassins de vie français à l'horizon 2015.

La recette du succès d'AvivA : plus de 200 modèles de cuisines de fabrication allemande vendues à un prix low cost, 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, les cuisines présentées sont toujours au prix annoncé, meubles, électroménager, sanitaires et garanties compris !

Contact presse

TBWA\CORPORATE

Léa Manuel

Tél. : 04 72 59 11 67

AVIVA

Nathalie Garel

Tél. : 04 37 56 77 11

AVIVA
La Cuisine Qui Vous Va !
www.cuisines-aviva.com