

La marque Okaidi donne la voix à ses magasins avec Uberall

İDKIDS montre que malgré un contexte difficile; créativité et confiance forment une équation gagnante. Les magasins se voient devenir des lieux de vente hybrides dans lesquels l'utilisation d'outils numériques de pointe est indissociable de l'activité hors ligne.

Client Uberall depuis **Janvier 2020**
Produits Uberall : **Listings & Engage**
Nombre de magasins : **400**
Taux de réponse aux avis : **100 %**



+61 %

CLICS SUR
ITINÉRAIRE



+41 %

CLICS SUR
APPEL



+68 %

CLICS SUR
SITE WEB

YoY Q1 2021-2020





“ Notre chiffre d'affaires est sécurisé car la gestion de notre réputation en ligne à hors ligne est assurée par le biais d'outils numériques de pointe tels que Uberall. En quelques clics nous actualisons et modifions nos informations en ligne, pour l'ensemble des 400 magasins Okaidi. ”

Mathilde Watine

Leader transformation omnicanale ĪDKIDS

Assurer sa réputation de marque tout en donnant la responsabilité aux collaborateurs locaux

Le groupe ĪDKIDS a tiré profit de la crise pour accélérer sa digitalisation. Grâce au climat de confiance qui règne au sein du groupe, “les collaborateurs n'ont pas vécu la crise de manière défensive mais véritablement comme une opportunité” souligne Mathilde Watine, Leader Omnicanale du groupe ĪDKIDS.



Les collaborateurs locaux qui sont au plus près des clients, ce sont donc eux qui doivent être en première ligne dans les réponses aux clients, tel est le leitmotiv du groupe pour la gestion de sa réputation de marque. Okaidi réussit ainsi l'exploit de répondre à 75 % des avis par les gérants de magasins locaux avec notamment des renseignements sur des questions produits et les pilotage de stock. Les 25 % restants sont traités à partir du siège.

Même sans confinement, les commerçants de détail ont dû slalomer entre des restrictions gouvernementales soudaines et très précises : 150 boutiques dans des centres commerciaux, des 400 magasins Okaidi, ont ainsi dû fermer du jour au lendemain, nécessitant de réagir vite en actualisant les fiches des 150 établissements en quelques clics. Une réactivité qui aurait été impossible sans une solution de marketing numérique local telle que Uberall.



“ Depuis que nous utilisons Uberall, notre note GMB globale et notre singularité d'accueil ont augmenté. Nous sommes notifiés à chaque nouvel avis client ce qui nous permet un taux de réactivité très élevé. Chez Okaidi, nous répondons à 75% des avis en ligne et l'outil nous permet de remercier nos clients et d'améliorer la qualité de nos réponses. ”

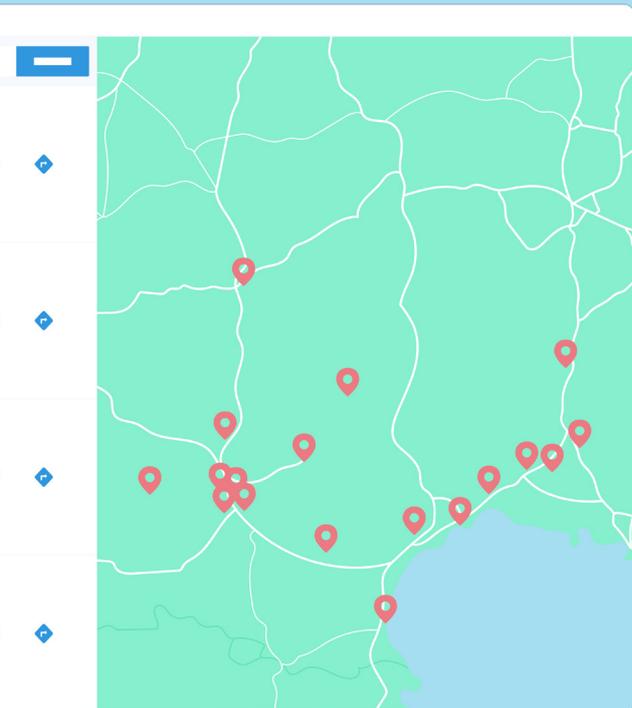
Laure Buffard

Pilote régional Languedoc Roussillon, Okaidi

“ J'actualise régulièrement nos horaires, nos photos et les services que nous proposons sur place via Uberall. Depuis que nous en faisons usage, j'ai constaté une augmentation des clics sur notre profil GMB. Mon équipe et moi-même encourageons nos clients à poster des avis en ligne, auxquels je réponds personnellement ! ”

Aurélie Chaussy

Responsable du Magasin Okaidi de Langon



Communiquer en ligne ses solutions web-to-store créatives

Conscient de la valeur de ses boutiques physiques et de ses vitrines en ligne, le groupe İDKIDS a fait preuve de créativité pour maintenir le lien avec ses clients, soutenant ainsi l'hybridation de ses magasins. Très dépendante de son activité physique, Okaidi a souhaité apporter des solutions de confort pour accompagner et sécuriser ses clients pour l'ensemble de ses 400 magasins.

Avec la plateforme Uberall la marque Okaidi pu communiquer en quelques clics les différentes solutions pour chaque magasin telles que :

- Le drive piéton
- Le chat en ligne
- La prise de rendez-vous
- Le troc

Les résultats sont au rendez-vous pour la marque puisque les consommateurs restent présents et ils ont l'assurance d'un service avant achat, sur internet, et après achat hors ligne, personnalisé.