



LOOK CYCLE : UNE PLATEFORME DIGITALE PERFORMANTE POUR UNE EXPÉRIENCE CLIENT FLUIDE ET HOMOGENE



Site : www.lookcycle.com/fr-fr/
Siège social : Nevers, France

Expertise : Relation et expérience client
Solutions : SugarCRM - Zendesk

Secteur :
 Habillement et Accessoires



LOOK Cycle, c'est avant tout l'histoire d'une enseigne iconique. Célèbre pour sa fixation de ski à plaque ("l'anti fracture") qui a révolutionné le monde du ski et du cyclisme sur route, LOOK Cycle a longtemps connu des années de succès avec de nombreuses innovations et des projets ambitieux.

UN NOUVEAU SOUFFLE

Néanmoins, depuis 2010, l'entreprise connaît une perte de vitesse face à une rude concurrence et une mauvaise adaptation au marché. Elle est rachetée en 2016 par Activa Capital, fonds d'investissement français spécialisé dans l'accompagnement de PME française à fort potentiel. C'est alors un nouveau souffle pour LOOK Cycle.

La direction entend faire évoluer l'entreprise vers le digital et la transformer de façon à répondre aux problématiques actuelles du secteur. **"Longtemps, LOOK Cycle, comme beaucoup d'entreprises industrielles, a beaucoup misé sur le produit, délaissant quelque peu l'expérience client"**, explique Franck Caudrelier, Head of digital et e-commerce chez LOOK Cycle.

Les équipes de LOOK Cycle ont donc entamé une profonde mutation en ce sens. L'entreprise dispose de plusieurs canaux de vente : le plus récent, le B2C via son site e-commerce et, d'autre part, l'historique B2B regroupant plusieurs milliers de revendeurs physiques et digitaux à travers le monde.

Ensuite, l'entreprise s'adresse à deux cibles distinctes répondant à des critères différents : celle d'une niche avec le pratiquant de vélo performance et un marché plus grand public avec de l'équipement vélo.

DÉLIVRER UNE EXPÉRIENCE CLIENT HOMOGENE

Le parti pris de la marque a été de diffuser une expérience client adaptée, partout où ses clients et prospects, se trouvent, qu'ils soient directs ou indirects. Et surtout, LOOK Cycle a souhaité la faire vivre à ses clients à toutes les étapes de leur parcours d'achat.

Aujourd'hui, LOOK Cycle vise une expérience client exigeante, unifiée et omnicanale. Et ce, qu'il s'agisse des canaux de LOOK Cycle ou de ceux des revendeurs. **"On essaye de structurer et de fournir des indications à notre réseau pour que l'expérience client soit la plus homogène possible."**

"Comment réussir à délivrer une expérience personnalisée, de qualité et homogène alors que la marque adresse des cibles différentes et vend en direct mais aussi à travers un réseau multimarques et international sur lequel elle a peu d'emprise ?"

Franck Caudrelier,
 Head of digital et e-commerce, LOOK Cycle

Pour délivrer cette expérience client homogène, LOOK Cycle a fait appel à Synolia. Ensemble, ils ont défini puis progressivement déployé une plateforme digitale d'expérience client architecturée autour des solutions SugarCRM et Zendesk. **"Notre objectif était de nous consacrer à tous les aspects de l'expérience client. Nous avons procédé pas à pas pour finalement disposer d'une véritable plateforme complète et performante"**, précise Franck Caudrelier.

UN SERVICE CLIENT RÉ-ORGANISÉ AVEC ZENDESK

Première étape du déploiement de cette plateforme : la structuration du service client avec Zendesk. Il devenait impératif pour LOOK Cycle de réorganiser la gestion de ses demandes clients et d'uniformiser les échanges avec eux. D'autant plus que les clients peuvent aussi bien être en contact direct avec la marque qu'avec ses distributeurs. Deux objectifs : optimiser le traitement des demandes clients auprès de LOOK Cycle et aider son réseau de distribution à y répondre efficacement et de façon uniformisée. **"Auparavant, tout était géré par email. Selon les demandes, nous les faisons parvenir à nos filiales ou bien nous les transférons aux distributeurs concernées. Peu d'efficacité et un sentiment de ne pas être écouté pour le demandeur final. Nous nous sommes ainsi rendus compte que certains distributeurs ne répondaient même pas à ce qu'on leur envoyait."**

Avec Zendesk, LOOK Cycle a donc ordonné son service client avec de nouveaux process et workflows, avec une répartition efficace des tâches et avec un suivi plus rigoureux et précis. **"Nous avons gagné en efficacité et en qualité de service auprès de nos utilisateurs finaux"**. Les demandes sont désormais automatiquement transférées aux bons interlocuteurs et LOOK Cycle peut en suivre efficacement le traitement. Un vrai plus pour garantir une expérience client positive et, surtout, homogène.

D'autres problématiques étaient à résoudre : améliorer la récolte, l'enrichissement et l'exploitation des données clients ; optimiser la gestion commerciale et centraliser la gestion des distributeurs et des détaillants. Ainsi, LOOK Cycle a choisi de miser sur un CRM : SugarCRM.

RÉPONDRE AUX BESOINS DES CLIENTS DIRECTS ET INDIRECTS

L'une des principales attentes de LOOK Cycle avec ce choix a été la gestion des données. **"Avant, nous disposions de deux sources de données mal organisées : une base avec des données utilisateurs issues des emailings et une base de données commerciales mais les deux étaient peu enrichies et surtout peu exploitées"**, précise Franck Caudrelier. Pourtant, l'entreprise est pleinement consciente de l'importance et du potentiel des données. **"On connaît très peu nos utilisateurs finaux et c'est problématique !"**. LOOK Cycle a donc connecté son nouveau site e-commerce à SugarCRM pour récupérer les données des clients. **"Il est néanmoins plus difficile d'obtenir des informations sur les clients qui ne passent pas directement par nous"**.

La marque y parvient tout de même par divers moyens comme l'inscription à la newsletter ou encore l'enregistrement d'une garantie produit en ligne. Mais elle envisage à moyen terme de nouvelles sources de données pour pallier ce manque.

Avec ces données, LOOK Cycle apprend à mieux connaître ses clients et peut ainsi mieux répondre à leurs besoins. De cette façon, c'est toute l'expérience client qui est améliorée. Il s'agit également de délivrer une expérience exceptionnelle à tous ses clients, même indirects. **"Nous voulons en effet faire le lien entre nos clients et notre réseau multimarques"**. Par exemple, sur son site, la marque met à disposition de ses clients une carte interactive permettant de localiser les revendeurs. Cette map est alimentée par les données stockées dans SugarCRM, lui-même connecté au site internet. Des renseignements mis à jour automatiquement par l'outil à travers plusieurs sources ou bien par les commerciaux. **"Avant, nous ne centralisions pas les informations des détaillants. Aujourd'hui, tout est concentré dans le CRM !"**

OPTIMISER LA GESTION COMMERCIALE

En sélectionnant SugarCRM, LOOK Cycle a également voulu optimiser le travail des commerciaux de ses trois filiales qui travaillent en direct avec les détaillants. **"Nous voulions qu'ils aient à disposition un véritable outil de reporting et de suivi pour bénéficier d'informations précises, à jour et contextualisées."** Avec SugarCRM, ils peuvent également mieux organiser leur quotidien, cibler les clients et prospects à gérer en priorité et, surtout, suivre leurs objectifs. Autre atout du CRM : l'historisation des échanges. Ainsi, les commerciaux de LOOK Cycle peuvent contextualiser leurs échanges en les contextualisant.

En plus, le SugarCRM de LOOK Cycle a été organisé et façonné de sorte à être agréable et facile à utiliser avec une approche "Embedded Analytics" pour aider les équipes à se familiariser avec l'outil et l'adopter plus facilement. La direction et les managers peuvent également accéder à l'ensemble des données de l'entreprise. Le CRM se révèle d'une grande aide pour la gestion des filiales. Désormais, LOOK Cycle souhaite poursuivre son chemin vers une expérience client exceptionnelle en déployant la dernière brique de la plateforme : le marketing automation.

