

D/ATLY

Cas Client

Comment Minelli a réussi son
lancement sur La Redoute
grâce à l'accompagnement
sur-mesure de Diatly

minelli
PARIS



La Redoute

Une marketplace prioritaire pour Minelli

500

produits mis en ligne par saison

12

campagnes commerciales menées en 1 an

Challenges & Objectifs

Minelli est l'une des marques de chaussures et d'accessoires les mieux implantées sur le territoire hexagonal.

Fort de ses 50 ans d'ancienneté, la marque «premium accessible» jouit d'une notoriété bien établie.

Souhaitant accélérer son développement en France et en Europe, la marque a fortement investi ces dernières années dans le digital. Après avoir refondu sa plateforme e-commerce, Minelli s'est tournée vers les marketplaces grand public.

Défi à la fois technique, organisationnel et logistique, l'amorce du projet s'est révélé complexe et difficilement internalisable.

Minelli a choisi d'être accompagnée par l'agence Diatly pour intégrer en priorité la marketplace La Redoute.

Solutions

Avec Diatly, Minelli a réussi à définir une stratégie claire, chiffrée et structurée en plusieurs étapes indispensables.

« La définition d'une roadmap marketplace est compliquée. C'est pourquoi, il était important d'être bien accompagné pour ce lancement. »

1. Centraliser, homogénéiser et réintégrer des milliers données produits

Réparties sur plusieurs bases de données internes, les informations produits (prix, caractéristiques, stocks, images, etc.) ont été rassemblées et retraitées avant toute intégration sur La Redoute, suivant les standards imposés par celle-ci.

Cette opération est à la fois chronophage et technique. Elle nécessite une expertise fine afin d'assurer la bonne diffusion des articles sur la plateforme.

Chaque mois, Diatly ajoute plusieurs centaines de références produits supplémentaires, soit plusieurs milliers de données à retraiter et à intégrer sur la marketplace.

Pour une marque autonome, ces actions peuvent aboutir à plusieurs jours de travail.

« Lorsque le projet a été initié, nous nous sommes rapidement rendu compte que la gestion des données produits nécessitait une vraie expertise et des investissements IT très spécifiques. »

— Anishta ALVEEN, E-marketing & Marketplace Manager, Minelli

2. Une expérience de marque optimale

L'accompagnement de Diatly a permis à Minelli d'offrir à leurs clients une expérience d'achat en ligne aussi qualitative qu'en boutique physique.

Photos, descriptions, caractéristiques des produits, disponibilité des articles, réponses aux commentaires et aux questions clients, gestion des litiges et des colis renvoyés, etc. Sur les marketplaces, les points de friction peuvent être nombreux.

Autant d'éléments pouvant dégrader fortement l'image de la marque. C'est pourquoi Minelli a externalisé l'intégralité de ces actions auprès de l'agence Diatly.

« Maîtriser et conserver notre univers de marque était essentiel pour la direction marketing. Nous avons veillé notamment à ce que tous les éléments diffusés soient parfaitement alignés avec notre identité. »

3. Développement commercial et suivi des ventes en ligne

Afin de développer son chiffre d'affaires, la gestion des animations commerciales a été confiée à Diatly. Cette activité peut représenter plusieurs jours de travail pour une marque non accompagnée.

Sur la première année, 12 campagnes ont été menées par l'agence. Cela a permis d'augmenter significativement les ventes de Minelli sur la période.

Orientée résultats, l'agence Diatly suit et analyse régulièrement l'ensemble des indicateurs de performance de la marque, permettant d'alerter, orienter et optimiser la stratégie déployée.

« Nous avons fait confiance à Diatly pour sa démarche personnalisée, son sens de l'écoute et sa grande transparence. Cela s'est confirmé

durant tout le projet. Nous avons le sentiment de travailler avec un vrai partenaire, c'est quelque chose de très agréable. »



Données obligatoires

Pour pouvoir diffuser ces Boots sur La Redoute, Minelli a dû fournir à Diatly un nombre important de données.

Sans cela, le produit n'aurait pas été publié et par conséquent non proposé à la vente.

Données communes obligatoires

Identifiant Unique	Identifiant Parent	Titre		
EAN	Parentage	Type de variation		
Couleur	Matière	Genre	Taille	Prix
Catégorie	Description	Image 1 & 2		
Frais de port	Délai de livraison			
Pays de fabrication				

Données obligatoires pour cette catégorie

Fabriqué en France	Fermeture chaussure
Finition chaussure	Hauteur de talon
Morphologie pied	Type de bout
Type de talon	Hauteur botte
Type de mollet	Fonction confort
Occasion mode	Fonction minceur
Style mode	

Résultats

Avec l'aide de Diatly, Minelli a réussi cette première étape de lancement.

Après avoir intégré La Redoute, la marque a pour ambition de conquérir d'autres marketplaces et de tester de nouveaux marchés, notamment européens.

« *Nous avons bâti une relation "win-win" qui fonctionne très bien. C'est pourquoi notre collaboration devrait perdurer dans l'avenir.* »

— Anishta ALVEEN,
E-marketing & Marketplace Manager, Minelli