

RETOUR DE CAMPAGNE

Business Lab déploie une plate-forme communautaire pour Leroy Merlin

Pour accroître la stratégie communautaire de Leroy Merlin (126 magasins, 5,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2012), l'agence Business Lab a conçu un nouvel espace communautaire, baptisé « Selon Vous » sur le site de la marque. Valérie Legat, directrice générale de Business Lab (65 collaborateurs, 6 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2013), détaille à Satellinet les mécanismes et les retombées de la campagne.

Origines

« Business Lab accompagne Leroy Merlin sur sa stratégie digitale depuis 2008. Nous avons axé notre réflexion et nos actions sur le commerce, la proximité et le communautaire. Cette dernière notion est profondément ancrée dans la marque puisqu'il existe, depuis des années, des clubs de bricoleurs au sein des magasins de Leroy Merlin. Ils permettent de bénéficier d'avantages et de promotions, en plus du service fidélité de l'enseigne.

L'idée du brief qui nous a été présentée était de renforcer les communautés online pour les faire converger avec ces communautés physiques déjà existantes. La première initiative de la marque en ce sens a été impulsée en 2005, avec la création de forums. Depuis, notre agence a relancé cette stratégie communautaire en lançant une nouvelle plate-forme collaborative. »

Objectifs

« L'objectif était d'accompagner la digitalisation de l'entreprise, afin de simplifier et de réunir le parcours client offline et online, ainsi que d'impliquer les collaborateurs de l'entreprise. L'idée est, qu'à terme, tous les employés de la marque puissent intervenir sur cette plate-forme

pour échanger avec les clients. C'est un accompagnement à long terme. Notre ambition est de positionner Leroy Merlin en tant que première marque sur le secteur du marketing communautaire. Les KPIs sont donc basés sur le recrutement de nouveaux inscrits, le niveau d'activité et d'interactions autour du bricolage. »

Dispositif

« Nous avons lancé la nouvelle plate-forme communautaire "Selon Vous" en octobre 2013. Elle est accessible depuis le site Leroymerlin.fr, en cliquant sur l'onglet "Communauté-forum". La plate-forme se compose de trois modules principaux : un forum dédié à l'entraide et au partage d'information, que nous avons nommé "Entre Vous", un espace où les consommateurs peuvent proposer des idées de création de produits, appelé "Made in Vous", et un lieu animé par la création et des jeux-concours, intitulé "Défiez-Vous".

Auparavant, les forums respectaient la charte graphique traditionnelle de Leroy Merlin. Désormais, cet espace bénéficie d'une nouvelle identité plus colorée et créative. Nous avons également choisi d'unifier le socle technique, afin de simplifier le mode de collecte et de valorisation des données.

Pour s'inscrire, les nouveaux membres peuvent entrer leur numéro de carte de fidélité ou remplir le formulaire d'inscription classique (adresse-mail, sexe, et ville de leur magasin Leroy-Merlin habituel, au minimum, ndlr). Sur la plate-forme, un système de badges récompense les internautes en fonction de leurs activités et contributions à travers les différents modules de l'espace communautaire.

Il existe une trentaine de badges. La moitié d'entre eux sont délivrés automatiquement grâce à des algorithmes en fonction de l'activité, de la fréquence de visite et de l'ancienneté des membres. L'autre partie est attribuée manuellement par le community manager de Leroy Merlin, en fonction des contenus postés par les internautes, qui peuvent recevoir le titre de "super-créatif", "ultra-créatif", etc.

Nous avons également attribué des badges spéciaux pour une trentaine d'anciens membres très actifs, afin qu'ils ne perdent pas l'historique de leur activité après la refonte. L'intérêt de ces attributs est d'identifier les spécialités de chacun (jardinage, décoration, etc.) afin de les inviter à des événements privés pour constituer des cercles. Les équipes de Leroy Merlin échangent ensuite avec ces internautes reconnus comme

>>>

RETOUR DE CAMPAGNE



La plate-forme recueille actuellement 78 000 membres actifs avec 283 430 messages qui ont été échangés depuis le lancement de "Selon Vous" en octobre dernier.

experts d'un sujet pour concevoir et échanger autour de nouveaux produits. Dès qu'un internaute émet une suggestion au sein des différents modules de la plate-forme, le community manager envoie la requête aux pôles ou magasins concernés. Celle-ci est traitée soit par un chef de produit soit par un conseiller de ventes, en fonction de la demande. L'internaute reçoit une réponse dans une moyenne de 72 heures.

Nous avons également mis en place des jeux-concours pour inciter les internautes à interagir et à soumettre leurs idées de nouveaux produits ou services, commercialisés ou déployés ensuite par Leroy Merlin.

Le déploiement de la plate-forme a pris environ trois mois sans compter la partie conseil stratégique. Le dispositif a mobilisé un développeur et un

créatif à temps plein, et un chef de projet qui a piloté la mission en fil rouge. Le community management est géré par Leroy Merlin. »

Promotion

« Il n'y a eu aucun achat média. Notre stratégie a plutôt consisté à accompagner les anciens membres des forums vers la nouvelle plate-forme en travaillant avec eux sur le périmètre fonctionnel et l'identité de la marque "Selon Vous", pour qu'ils participent et évaluent cette refonte. »

Budget

Selon nos informations, le coût du dispositif, comprenant la conception, le développement et le lancement, est d'environ 300 000 euros, dont près de 150 000 euros par an pour la

licence Lithium, qui assure la plate-forme technique intégrée au site.

Retour sur investissement

« Il y a actuellement près de 78 000 membres actifs. Ce sont des personnes qui se sont connectées plus d'une fois par mois sur la plate-forme. C'est 40 % de plus qu'il y a un an. Le nombre de messages publiés a été multiplié par trois, soit 283 430 messages échangés au total. Quinze forums d'entraides ont été créés, contenant 49 875 sujets. Plus de 98 % des messages postés obtiennent des réponses dans un délai inférieur à 1h17 en moyenne. 178 idées ont été déposées au sein de "Made in Vous" et ont reçu 1007 votes de la part des autres membres. »

Conclusions

« Nous avons déjà initié ce type de dispositif avec le groupe Casino en 2012, en lançant la plate-forme CVous.com. Les résultats obtenus à l'époque avaient largement confirmé l'efficacité des plates-formes communautaires de marque, lorsqu'elles sont intégrées au cœur des processus organisationnels des entreprises, et soutenues par une présence raisonnée sur les réseaux sociaux traditionnels. Leroy Merlin est la première grande surface de bricolage à déployer ce type de plate-forme. Pour accroître le dispositif, "Selon Vous" sera disponible en version mobile dans les prochaines semaines. » ■

BUSINESS LAB

www.businesslab.com Création : 1998. Fondateurs : Julien Sivan et Valérie Legat. Répartition du capital : 12 % détenu par Natixis, les fondateurs détiennent le reste (non communiqué). Effectifs : 65 collaborateurs. CA 2013: 6 millions d'euros dont 5,5 millions d'euros de marge brute. Clients : Leroy Merlin, PSA Peugeot Citroën, E. Leclerc, Casino, HOP ! by Air France, OpenSkies, Air Caraïbes, Transgourmet, SACEM... »