

CRÉATION

La Boutique du dos augmente sa visibilité sur le Net

Le Vépéciste de produits du dos met désormais l'accent sur sa stratégie internet et entend augmenter ses ventes en ligne.

Créée en 1985, la Boutique du dos est une enseigne entièrement dédiée au bien-être et au confort du dos. De la literie aux fauteuils, en passant par la réflexologie ou encore le renforcement musculaire, pas moins de 150 produits alimentent le catalogue papier, le site ou encore les magasins de l'enseigne. Si depuis 2005, la boutique du dos se développe en franchise et dispose de plusieurs formules de vente (magasin et VPC), elle met également l'accent de manière affirmée sur l'e-commerce.

Nouvelle version du site

Preuve de cette stratégie résolument orientée vers le on line, le lancement ce mois-ci d'un nouveau site, relooké afin de toucher une cible plus jeune et donnant une place de choix aux produits. Fiche détaillée, alliant conseils et descriptifs techniques et autres fonctionnalités classiques d'un site d'e-commerce sont ainsi regroupées pour faire rayonner davantage l'enseigne en ligne. A noter des résultats tout à fait honorables sur le Net puisque d'ores et déjà, l'enseigne réalise déjà plus de 15 % de son chiffre d'affaires global via ce média.

catalogues qui correspondent à sa zone. Une précaution indispensable à la bonne appropriation du média Internet par l'ensemble du réseau de distribution.

M. F



Côté franchisés, La Boutique du dos renforce également les services proposés en ligne ainsi que la transparence, de rigueur dans la gestion d'un réseau de franchise. Chaque franchisé reçoit ainsi automatiquement, sans intervention du franchiseur, toutes les commandes en ligne et les demandes de