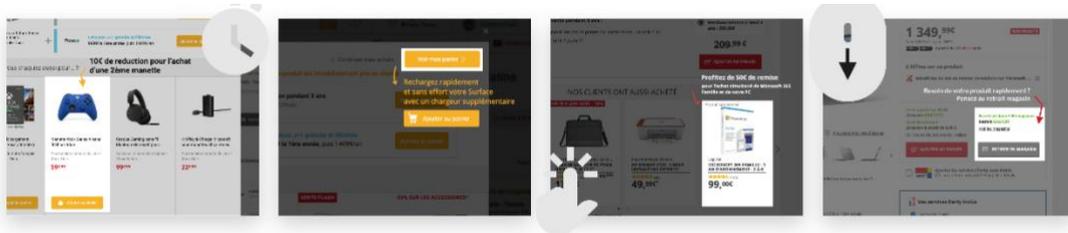




Communiqué de presse – 29 avril 2021

FNAC DARTY ET GLAZE FAÇONNENT UN NOUVEL OUTIL MARKETING DIGITAL POUR RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT SUR SES SITES E-COMMERCE

Grâce à cette solution, le Groupe enrichit le parcours d'achat Web en simplifiant l'accès à des suggestions additionnelles en lien avec le produit sélectionné ou le parcours de chaque client



Fnac Darty a mené une collaboration avec la startup française Glaze pour implémenter un nouvel outil web merchandising permettant de nourrir les sites e-commerce du Groupe de contenus à valeur ajoutée et, in fine, offrir une expérience d'achat online plus éclairée. En effet, grâce à cette solution, les clients sont informés et guidés dans leurs choix par des informations additionnelles (propositions d'accessoires, indication de compatibilité, services, promotions, systèmes de livraison...) directement visibles sur les pages des sites fnac.com et darty.com dans la perspective de les aider à optimiser l'usage du produit choisi.

Après le liveshopping, le livestream et le chat vendeur, ce nouvel outil, en faveur d'une expérience Web toujours plus immersive et efficace, s'inscrit dans la mise en œuvre du nouveau plan stratégique du Groupe, Everyday, dont l'une de ses ambitions est d'incarner les nouveaux standards du retail omnicanal de demain, à la fois digitalisé et humain.

Quand la performance omnicanale passe par l'innovation et la co-conception

Dans le cadre de sa stratégie omnicanale et l'accroissement de l'activité Web, Fnac Darty recherchait une solution lui permettant d'accentuer « l'esprit du magasin » sur ses sites e-commerce, augmentant ainsi la création de valeur sur le Web. Microsoft, partenaire du Groupe, lui a alors présenté Glaze, l'une de ses start-ups incubées.

Glaze a développé une application Web éponyme qui édite graphiquement et programme des campagnes d'enrichissement du parcours client, via l'apport de contenus à valeur ajoutée. Cette solution repose sur la création des dispositifs graphiques entièrement responsives et personnalisables, mis en avant sans freiner la navigation

Contacts presse :

Alexandra RÉDIN – 06 66 26 05 18 – alexandra.redin@fnacdarty.com

Audrey BOUCHARD – 01 55 21 59 25 – audrey.bouchard@fnacdarty.com

A propos de Fnac Darty : Présent dans douze pays, Fnac Darty est un leader européen de la distribution de biens culturels, de loisirs, de produits techniques et d'électroménager. Le groupe, qui compte 25 000 collaborateurs, dispose à fin 2020 d'un réseau multi-format de 908 magasins, dont 741 en France, et se positionne comme le 3e acteur e-commerce en termes d'audience en France (44 millions de visites cumulées sur les sites du Groupe en moyenne chaque mois avec ses deux sites marchands, fnac.com et darty.com). Acteur omni-canal de référence, Fnac Darty a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires pro forma de 7 491M€.

FNAC DARTY

Simple et innovante, la solution a été testée et enrichie in vivo pendant près d'un mois et demi. Durant cette période, l'équipe de web-merchandiseurs Fnac Darty et l'équipe de Glaze ont travaillé étroitement et de manière collaborative sur l'évolution de la solution jusqu'à que cette dernière puisse répondre en tout point aux besoins du Groupe.

Tout au long du POC (« Proof of Concept »), les équipes ont souhaité mesurer les impacts de la solution sur plusieurs parcours client. Les équipes ont pu comparer l'écart existant entre les 90% de clients exposés aux stimuli de Glaze et les 10% restants qui ne l'étaient pas. Elles ont ainsi observé des impacts de taux de conversion allant de 200 à 400% pour le panel exposé.

Fort de ce succès, le Groupe a noué un partenariat avec la start-up pour déployer pleinement la solution Glaze et a décidé de l'industrialiser.

« Aujourd'hui, la problématique majeure que rencontrent les sites e-commerce est l'absence de conseillers experts qui peuvent accompagner de manière sur-mesure le client dans ses propres besoins. Par exemple, le Web ne permet pas d'aiguiller rapidement le client sur les accessoires qui permettront d'optimiser l'usage d'un produit ou encore s'il existe une vidéo en lien avec le produit montrant ses capacités dans l'utilisation au quotidien », évoque Samuel Loiseau, Directeur Client, Marketing et développement Commercial du groupe Fnac Darty. « Avec Glaze, c'est dorénavant possible grâce à la mise en avant de contenus que le client n'aurait pas nécessairement vu spontanément dans son parcours »

« Transposer le bénéfice du conseil en magasin dans la sphère digitale, donner plus d'agilité aux équipes métier pour accompagner au plus près leurs clients sont les deux objectifs qui nous obsèdent au quotidien. Les équipes de Fnac Darty ont tout de suite perçu notre proposition de valeur. Leur engagement immédiat dans une démarche d'open innovation autour de notre solution a été la clé de la réussite du projet. Nous sommes extrêmement ravis de poursuivre cette collaboration sur le long terme. » Ajoute Gwénaél FLATRES, Président Co-Fondateur de GLAZE.

A propos de GLAZE :

Glaze est un éditeur de logiciel Français indépendant fondé par Mira Emmerling et Gwénaél Flatres en octobre 2015 à Paris. La société rejoint en Mars 2016 l'accélérateur de Microsoft à Paris (#1 Corporate dans le monde). La même année elle reçoit le label French Tech et l'AIMA via BPI France, et rejoint Wilco l'accélérateur de la région Ile de France. En 2017 Glaze devient partenaire de Microsoft. La société compte déjà une grande variété de clients en France et à l'international dont FNAC Darty, Office Depot, Microsoft, Unieuro, Gamestop, Micromania, Rueducommerce, SNCF, Schneider Electric, Mvideo, Coppel, Fastshop, Hepsiburada, Alkosto group, Pôle Emploi, ACOSS, INGRAM.

Site Internet : www.glaze.ai

Contact Press : press@glazemaker.co

Contacts presse :

Alexandra RÉDIN – 06 66 26 05 18 – alexandra.redin@fnacdarty.com

Audrey BOUCHARD – 01 55 21 59 25 – audrey.bouchard@fnacdarty.com

A propos de Fnac Darty : Présent dans douze pays, Fnac Darty est un leader européen de la distribution de biens culturels, de loisirs, de produits techniques et d'électroménager. Le groupe, qui compte 25 000 collaborateurs, dispose à fin 2020 d'un réseau multi-format de 908 magasins, dont 741 en France, et se positionne comme le 3e acteur e-commerce en termes d'audience en France (44 millions de visites cumulées sur les sites du Groupe en moyenne chaque mois avec ses deux sites marchands, fnac.com et darty.com). Acteur omni-canal de référence, Fnac Darty a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires pro forma de 7 491M€.