



En outre, un extranet réservé aux revendeurs de la marque a été mis en place : il permet l'accès à une série de ressources (documents, photographiques, ...) mais aussi l'état des stocks des différents produits. Dans un second temps, un développement e-business est prévu, afin de permettre entre autres les commandes et le suivi du carnet de commande en ligne par les revendeurs.

Enfin, les revendeurs ont eu la possibilité de réserver un espace où ils peuvent présenter leur activité. Cette opération a obtenu un franc succès, et de nombreux revendeurs, peu présents jusque là sur la toile, ont eu de cette manière l'opportunité de s'y montrer à moindre coût, tout en associant leur image à celle de Bodart & Gonay.

Côté avantages pour les revendeurs, chaque fois qu'une demande d'information arrive sur le site [www.b-g.be](http://www.b-g.be), elle est redirigée vers les trois revendeurs les plus proches.

### Un showroom virtuel

Accessible directement depuis le site, le Show room virtuel permet au visiteur de visualiser l'ensemble de la gamme de foyers de Bodart &

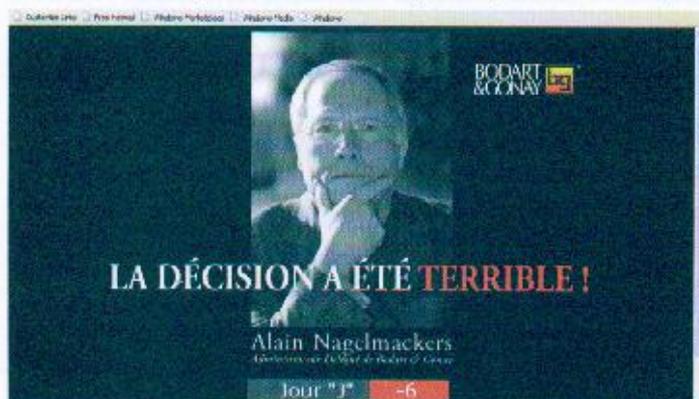


Gonay dans différents environnements, avec en point d'orgue – et c'est bien là le caractère le plus innovant de cet outil – la possibilité d'incruster on line l'image d'un appareil Bodart & Gonay dans une photo de son propre salon. A l'heure de la photographie numérique généralisée, cet outil a un succès certain !

### Pour Batibouw : des campagnes d'e-marketing décoiffantes !

La direction commerciale de Bodart & Gonay sait ce qu'e-marketing veut dire, et a compris le potentiel qu'elle pouvait tirer des techniques de marketing viral !

Déjà lors de l'édition 2006 du Salon Batibouw, Bodart & Gonay avait surpris tout son monde en lançant quelques jours avant le début du salon un site [www.ladecisionaeteterrible.be](http://www.ladecisionaeteterrible.be) ! On y retrouvait la photo de l'Administrateur délégué, Alain Nagelmackers, qui passait de manière grave le message : « la décision a été terrible » ! Quelle décision ? L'insoutenable suspens, alimenté par un compte à rebours de jours, déboucha le jour J sur l'annonce de l'absence de Bodart & Gonay à Batibouw 2006, pour la première fois depuis



Olivier de Weert est Administrateur de defimedia S.A. – [www.defimedia.be](http://www.defimedia.be)

## e-Marketing

la création de celui-ci. La raison : trop de charge de travail en production, et donc pas de possibilité de satisfaire à court terme les clients. Et donc la préférence à des commandes après salon, bon de réduction 'de compensation' à l'appui. L'art de transformer une absence remarquée en une annonce encore plus remarquée !

Pour l'édition 2007 de Batibouw, Bodart & Gonay a remis le couvert ! En faisant circuler par tous les moyens possibles deux séquences de publicité TV particulièrement décoiffantes, montrant les effets engendrés par la chaleur d'un foyer Bodart & Gonay dans des scènes de vie familiale !



Le marketing viral par internet est un vecteur propice ! Les séquences ont été placées sur Youtube, le célèbre portail de vidéos (<http://www.youtube.com/watch?v=myY2MAkhkY8> et <http://www.youtube.com/watch?v=zBptEE7sc8U>).

Les fonctions de recherche, ainsi que la possibilité de 'recommander cette vidéo à un ami', ont déclenché une dispersion fulgurante: sur le premier mois, près de 17.000 vues pour ... la plus chaude des deux !

La vidéo se termine par le logo de Bodart & Gonay, l'adresse du site web, et le numéro du stand à Batibouw ...

Et il y a fort à parier que ces spots n'ont pas fini de circuler via Youtube, continuant la campagne lancée, de manière simple et ... gratuite !

### Retour sur investissement et satisfaction générale

Etienne Fraikin, Directeur commercial de Bodart & Gonay, est persuadé de l'intérêt du projet, et de son retour sur investissement. « Statistiques à l'appui, le nombre de visiteurs du site a



plus que doublé depuis le lancement de la nouvelle version. La dernière enquête de satisfaction menée auprès des revendeurs a également permis de mesurer le contentement général qui règne au sein du réseau. En outre, les différentes campagnes ont alimenté les conversations. Le résultat est donc atteint, puisque la bouche à oreille fait effet ! » A noter aussi que les revendeurs qui présentent leur activité au sein du site paient une contribution et participent donc au financement du projet !

Pari gagné sur toute la ligne, donc !