

E-MARKETING

Bodart & Gonay profite du Salon Batibouw pour lancer des campagnes de marketing viral

Dans la présente étude de cas, nous allons vous montrer comment une PME a réussi à tirer la quintessence des technologies internet, que ce soit pour présenter ses activités, pour gérer son réseau de distributeurs, ou pour faire connaître son entreprise via des campagnes de communication particulièrement bien inspirées !

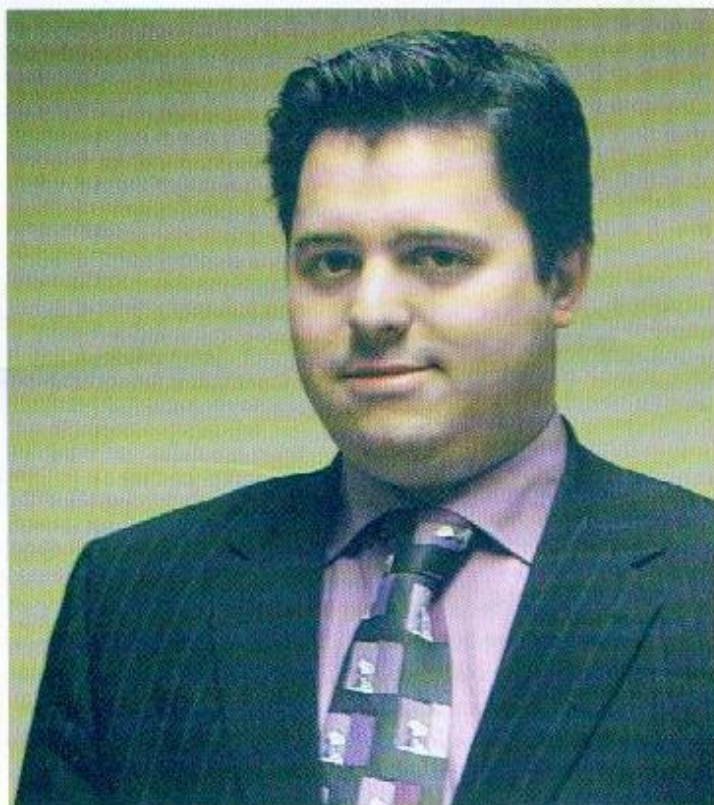
– Olivier de Wasseige

BODART & GONAY EST une entreprise aux capitaux 100% belges installée à Harzé en province de Liège. Elle a deux lignes de produits qui sont entièrement fabriqués en Belgique : d'une part, des boîtes aux lettres (tant pour l'extérieur que pour l'intérieur) et d'autre part, une gamme complète d'appareils de chauffage individuel (encastrables bois/charbon et encastrables gaz). Le point commun à ces deux types de produits est - outre les matières premières - le positionnement haut de gamme de la marque.

Depuis sa création en 1957, Bodart & Gonay n'a cessé de grandir: en 2006, son chiffre d'affaires a atteint les 20 millions d'euros, avec plus de 35% à l'exportation. Afin de permettre à l'entreprise de maintenir sa position de leader sur ses marchés, la croissance est soutenue par des investissements conséquents : déménagement dans des locaux plus adaptés en 2002, agrandissement de la surface de fabrication en 2005 (pour atteindre les 10.000 m²), acquisition de robots de soudure... A l'aube du 50^{ème} anniversaire, ce ne sont pas les projets qui manquent !

Le projet e-business : notamment un extrait de communication avec les distributeurs

En 2005, la société Bodart & Gonay a souhaité se doter d'un nouveau site internet (www.b-g.be), qui se devait, tout comme les produits, d'être à la pointe de la technologie, afin d'affirmer la position de la société comme leader de son marché. Le site fait la part belle aux deux gammes de produits de Bodart & Gonay, avec en outre une partie « corporate » reprenant des informations générales sur la société.



Etienne Fraikin, Directeur Commercial: "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 le bouche à oreille fait effet !"



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, 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 &

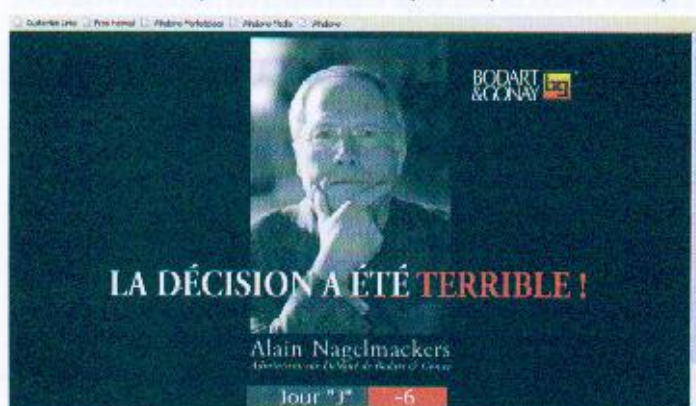


Gonay dans différents environnements, avec en point d'orgue – et c'est bien là le caractère le plus innovant de cet outil – la possibilité d'incruster on line l'image d'un appareil Bodart & Gonay dans une photo de son propre salon. A l'heure de la photographie numérique généralisée, cet outil a un succès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