



IMMERSION
AU COEUR DE ...

LA CABINE D'ESSAYAGE // FORCES ET FAIBLESSES AUX YEUX DES CLIENTS

CLIENT

Jules est une chaîne française de magasins de prêt-à-porter masculin.

CONTEXTE

Comment favoriser l'expérience des clients dans les cabines et dans quelle mesure le moment de l'essayage peut-il être contributeur de l'acte d'achat ?



PROGRAMME & IMPACT

La marque a constitué une vaste communauté de clients recrutés via mailing et à travers les collaborateurs en magasin. Les clients ont pu participer aux deux missions suivantes :

MISSION 1

La première mission invitait les clients à faire un retour sur leur expérience, au cœur même de la cabine d'un magasin, pour ainsi évaluer :

- la propreté du lieu
- l'accueil et la disponibilité du personnel à l'entrée de la cabine
- le temps patienté avant l'essayage
- l'ergonomie de la cabine et les accessoires disponibles
- l'intimité, l'atmosphère et l'ambiance

MISSION 2

Une seconde mission, remplie à domicile, a permis de collecter des suggestions des mêmes répondants sur « la cabine idéale » et de tester des concepts envisagés en amont de leur déploiement. De nombreuses idées innovantes ont été apportées dans ce cadre.

POURQUOI BRANDBIRDS

L'application a permis de collecter des retours au cœur de l'expérience de l'essayage pour une meilleure capture du moment de vérité.

Aucun enquêteur externe ni de mobilisation excessive du personnel n'a été nécessaire, ouvrant la possibilité de collecter de nombreux retours sans perturber le fonctionnement du magasin.



POUR ALLER PLUS LOIN

DEMANDER AUX CLIENTS DE HIÉRARCHISER DES PISTES DE DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX SERVICES EN MAGASINS SELON LEURS PRÉFÉRENCES

DEMANDER AUX COLLABORATEURS DE RÉPERCUTER LES ATTENTES DES CLIENTS SUR LE SERVICE DÉLIVRÉ EN MAGASIN

DEMANDER AUX COLLABORATEURS D'ÉVALUER EUX-MÊMES L'EXPÉRIENCE DES CLIENTS SUR LEURS UNIVERS