

Alain Milliat, Valence (26) Fructueuse alliance

alain milliat
JUS DE DEGUSTATION

Créatif et passionné, Alain Milliat est un véritable artiste du fruit, créateur de produits prisés par les plus grands chefs. Aujourd'hui, le virage du numérique doit être pris pour accompagner le développement de l'activité auprès du grand public.

Alain Milliat reprend la ferme familiale d'Orliénas en 1983 et y installe de nouvelles parcelles de cerisiers, pêchers, poiriers et pommiers. En 1997, il crée six parfums de jus uniques par leur couleur, leur texture et leur fraîcheur aromatique et ouvre ses ateliers et usine à Valence. Il voyage également dans le monde entier à la recherche de perles rares pour proposer une gamme complète de 37 parfums de jus, nectars et confitures, déjà adoptés par 3500 professionnels et restaurateurs.

Mais la marque ne vend pas directement au grand public. La transition digitale n'a pas été complètement réalisée, Alain Milliat a simplement développé un site vitrine pour référencer tous les produits commercialisés. Aucun achat ne peut être effectué et l'expérience utilisateur ne reflète pas le positionnement premium de la marque. Aucun revenu n'est généré par les leviers digitaux.

Pour développer la marque sur le web, Morgane, jeune coach du programme Ambassadeurs Facebook, a travaillé avec Marie, tout juste arrivée au poste de directrice marketing, à la mise en ligne d'une plateforme e-commerce permettant à la marque de développer sa visibilité et ses ventes sur le web. Le site a été configuré afin de pouvoir dialoguer avec l'ensemble du système d'information. Les commandes clients en ligne déstockent en temps réel et les factures sont intégrées directement dans la comptabilité. Le système d'information est désormais unifié. Toutes les pages produits ont été pensées afin de pouvoir être indexées et référencées sur les moteurs de recherche.

Le chiffre d'affaires a bondi de 26% grâce notamment à la création du site e-commerce. La mise en place d'une stratégie éditoriale créative et décalée a permis d'augmenter de 6% la communauté de fans Facebook, et une campagne a été lancée mettant en avant des coupons de réduction.

Leviers digitaux

- Accompagnement dans la création d'un nouveau site e-commerce
- Mise en place d'une ligne éditoriale sur les réseaux sociaux
- Campagne Facebook axée sur la mise en avant des produits
- Animation des réseaux sociaux avec des publications Facebook
- Stratégie d'utilisation de la base de données clients via e-mailing sur les temps forts

+ 26%
de CA par rapport à la même période l'année précédente

+ 20%
d'abonnés Instagram

- 5,2%
de taux de rebond,
+ 5,5% d'utilisateurs

+ 14,5%
d'avis laissés
(de 144 à 165) avec une note moyenne de 4,7/5

+ 5,3%
de fans Facebook,
+ 22% de visibilité des publications Facebook
et + 29% d'engagement

50 k
impressions campagne
notoriété d'un nouveau produit



Merci pour l'aide précieuse de Morgane, pour ses judicieux conseils, sa vigilance et son aide. La transition vers l'e-commerce de la marque était un gros chantier et le programme Ambassadeurs Facebook a su nous apporter tout le soutien dont nous avions besoin sur des aspects à la fois techniques et marketing."

Alain Milliat, créateur de la marque