

Opinion Chronographe, Fontaines-sur-Saône (69) À l'heure du numérique !

OPINION
CHRONOGRAPHE



Après avoir longtemps résisté à la digitalisation, les horlogers doivent désormais pleinement profiter des outils numériques pour étendre leur univers via des expériences innovantes d'interactions mais également sur les réseaux sociaux.

Opinion Chronographe a été créé en 2016 par Didier Grinand, après deux ans de R&D. Cet artisan horloger, pure player dans un secteur empreint de tradition, propose des montres haut de gamme personnalisables en ligne, à un prix accessible. Opinion Chronographe s'appuie sur des fabricants et artisans locaux. Ainsi, la conception, la fabrication, l'assemblage et les différents contrôles sont réalisés en France dans les départements du Doubs et du Rhône. Quand le projet démarre, un site e-commerce et un configurateur de montres sont développés. Ils permettent de façonner sa montre en ligne selon ses goûts, en choisissant les matériaux, les verres, les lunettes, le cadran, les aiguilles, les couleurs ou le bracelet. Mais un an après le lancement, la marque n'est que peu visible, les clients ne sont pas fédérés, les produits (pourtant appréciés) ne sont pas recommandés par les clients ni mis en avant, et les réseaux sociaux ne sont pas assez animés.

Dès l'arrivée de Nicolas, jeune coach du programme Ambassadeurs, la priorité est mise sur l'installation d'un univers de marque en ligne valorisant les produits et proche de son public. Le site web a été optimisé pour améliorer l'expérience utilisateur et inciter à la configuration de modèles. Un module de chat relié à Messenger est installé pour mutualiser les demandes sur le site et sur Facebook et ainsi aider les utilisateurs dans leur configuration. Un numéro de téléphone et un mail sont mis à disposition des personnes privilégiant ces canaux. En parallèle, Nicolas a mis en place une stratégie permettant de ramener un maximum de trafic sur le site : le référencement sur les moteurs de recherche a été optimisé, un planning éditorial a été défini sur les réseaux sociaux, avec renvoi fréquent vers le site. Une campagne Facebook et Instagram a été lancée, et les bonnes pratiques ont été enseignées à Didier pour gagner en visibilité sur les réseaux sociaux.

Les premiers résultats n'ont pas tardé à se faire sentir, la campagne Facebook et Instagram a touché plus de 100 000 personnes, le trafic sur le site a connu une forte progression et les commandes en ligne ont été multipliées par deux, dont trois ventes générées directement depuis Facebook.

Leviers digitaux

- Positionnement sur les moteurs de recherche
- Sécurisation du domaine web via la mise en place du HTTPS
- Amélioration de l'expérience utilisateur proposée via le configurateur de montres pour améliorer son efficacité
- Ajout d'une galerie photos avec un module intégrant Instagram
- Amélioration de la prise de contact (ajout du chat Messenger, d'un numéro de téléphone et d'un e-mail dans l'en-tête du site)
- Envoi de newsletters auprès de la base de données clients

x 2

Ventes multipliées par deux dont trois ventes directes depuis Facebook en deux mois et demi

+ 33%

d'avis sur Facebook, avec une note moyenne de 5/5

- 10%

de taux de rebond sur le site et + 15% de pages vues

+ 57%

d'abonnés sur Instagram

+ 5%

de fans Facebook

+ 50%

d'abonnés sur Twitter



Une expérience plus que positive sur l'intérêt de l'utilisation des outils numériques et de Facebook pour booster mon activité, avec à la clé trois ventes réalisées directement grâce aux campagnes FB, et quelques autres à venir. J'ai noté une importante évolution de notre notoriété, même s'il faudra encore de grosses campagnes pour aller beaucoup plus loin. J'ai beaucoup apprécié d'être formé à l'utilisation de Facebook pour la création complète d'une campagne et la mise en avant d'une offre ou d'un produit. Au niveau du site web, j'étais très satisfait que Nicolas puisse revoir certains aspects du site qui dysfonctionnaient et apporter des améliorations pour plus de fluidité (simplification du menu, intégration du bouton chat Messenger..., call to action: Je configure ma montre)."

Didier Grinand, fondateur de la société