

# ZAG skis, Chamonix (74) Tout schuss !



**Jeune marque de skis freeride et randonnée lancée il y a 10 ans, Zag skis est une marque reconnue des passionnés de montagne. Aujourd'hui, son développement passe par la conquête de nouveaux marchés et implique d'étoffer son activité en ligne et ses outils..**

Fondée en 2002 dans la vallée de Chamonix par Franck, ancien skieur freeride du circuit mondial, et Stéphane, pionnier du snowboard dans les années 1980, ZAG skis est devenue une marque française reconnue de skis freeride et de randonnée. Loués aussi bien pour leur design innovant que pour leurs performances impressionnantes en poudreuse, les skis de la marque offrent une skiabilité et une légèreté optimales et sont le fruit d'une recherche permanente d'innovation.

En 2018, ZAG entame un tournant dans son histoire. La marque entend désormais conquérir le marché européen pour se développer. Pour aborder cette étape dans les meilleures conditions, elle se doit de renforcer sa présence en ligne et ses outils numériques. C'est pour aider les équipes ZAG dans ce projet que Maxime, jeune coach du programme Ambassadeurs, est intervenu durant six mois.

Les priorités ont vite été identifiées : développer les ventes et la visibilité de la marque en ligne. Pour cela, le tunnel de conversion du site e-commerce a été simplifié, un chatbot d'aide à la vente a été paramétré, et une communauté d'ambassadeurs skieurs a été constituée via les réseaux sociaux pour tester les nouveautés et relayer les tests en ligne.

Un jeu-concours en ligne a également été organisé grâce à un module de personnalisation de skis, vu par plus de 500 000 personnes sur Facebook. Ces actions ont assez rapidement porté leurs fruits. Le trafic a augmenté de 36 %, le taux de conversion sur le site de 12 %, et cela a contribué à faire croître de 52 % le chiffre d'affaires en ligne. La page Facebook a vu sa communauté bondir de 27 % et Instagram de plus de 60 %, doublant la portée des publications et augmentant la visibilité de la marque sur le réseau de 63 %.

## + 15 k€

de CA global sur trois mois,  
augmentation de 75 % des ventes en ligne

## + 61 %

d'abonnés Instagram  
et + 27,5 % de fans Facebook

## + 42,5 %

d'utilisateurs du site web

## + 63 %

d'audience touchée sur Facebook :  
+ 21,2 % de clics sur le contenu publié,  
+ 105,7 % de vues de vidéos

## Leviers digitaux

- **Site web et mobile :**
  - optimisation du tunnel de vente du site
  - mise en place d'un chatbot d'informations sur les produits
- **Social media :**
  - mise en place de campagnes FB de promotion des produits
  - optimisation de la prise de parole (Instagram)
  - jeu-concours pour promouvoir le nouveau ski personnalisable
- création d'un groupe FB fermé pour la relation ambassadeurs et skieurs
- **Avis clients et e-réputation :**
  - publicité FB (test de skis chez ZAG aux personnes de passage)
  - identification et prise de contact avec les ambassadeurs de marques
  - concours en partenariat avec les ambassadeurs



*Un grand merci à Maxime pour son soutien et ses conseils pertinents tout au long de ce coaching. Les résultats obtenus sont plus qu'encourageants !*

**Franck**, cofondateur de ZAG