

# COOKSON-CLAL

## Offrir aux clients une véritable expérience omni-canal

**Offrir une expérience optimum à chaque client, tel est le challenge du leader de la fourniture en bijouterie.**

15 000 références d'outils, apprêts, métaux précieux, bijoux, et services... La diversité est telle que Cookson-CLAL est capable d'offrir tous les produits et services de la bijouterie, y compris des fabrications sur mesure, de l'affinage, du rachat et de la récupération de métaux. 30 000 clients, où se mêlent industriels, grands fabricants, artisans, étudiants, designers...

Des milliers de commandes expédiées chaque jour, dans le monde entier. Cookson-CLAL est aujourd'hui le fournisseur numéro 1 des bijoutiers en France.

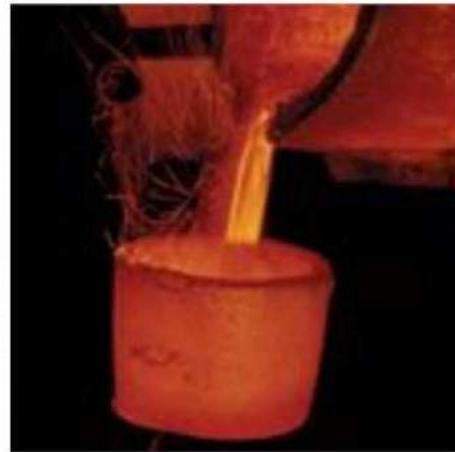
« Le Comptoir », ouvert début 1800 est devenu, en 200 ans le leader sur son secteur.

Cette évolution s'explique de différentes manières : Tout d'abord par la sélection des produits (Métaux, outils, apprêts...) qui sont choisis par des experts et qui ont une qualité irréprochable. Ensuite, par le fait que le catalogue propose une large gamme de produits ; chaque jour, l'entreprise s'adapte aux évolutions technologiques, recherche de nouveaux produits et outils pour les besoins de la profession.

Cookson-CLAL est aussi un acteur engagé. L'entreprise anticipe les évolutions des tendances du marché et de la réglementation. Les accréditations et certifications qu'elle possède en témoignent. Par exemple, en 2017, Cookson-CLAL est devenu le 1er affineur Français certifié RJC - CoC. La société est membre des principales chambres syndicales de bijouterie et sponsorise de nombreux concours comme l'Olympiade des Métiers, le Prix National Jacques Lenfant, Abilympics, etc.

**Puissance digitale et service humain, un duo plébiscité par les clients.**

Pour faciliter le travail de ses clients, un site Internet est venu compléter le catalogue papier et les agences de Paris, Lyon et Marseille. Chacun de ces outils de communication et de commercialisation a ses spécificités, dont l'usage combiné a modifié le parcours d'achat des clients.



Ainsi, par exemple, la découverte de nouveaux produits peut se faire sur Internet, avec des vidéos et tutoriels à l'appui. Sur le site web de l'entreprise, des questions sur les produits peuvent être posées, avec une réponse sous 24h, le client peut aussi profiter d'une commande, avec une livraison rapide. De même, le client disposant d'un compte poids peut le consulter en ligne, ou rééditer ses factures sur le site, pour plus de flexibilité.

En agence, il peut approfondir sur un produit découvert en ligne, auprès d'un conseiller expert, pour finaliser son achat au guichet. Il peut profiter de l'échange avec son conseiller en agence pour évoquer des sujets plus complexes, comme les services d'affinage ou de gestion de métal. Ainsi, le digital, le papier et les agences se complètent, pour une expérience d'achat facilitée et une relation plus fructueuse.

[www.cookson-clal.com](http://www.cookson-clal.com)

[www.lebijoutier2.com](http://www.lebijoutier2.com)

9