

## Cookson-CLAL

### Une distribution multicanal vertueuse

**Depuis quelques années et en particulier en 2015, Cookson-CLAL a mis en place une stratégie multicanal qui a multiplié les points de distribution et de contact pour le client qui, ainsi, a accès à l'ensemble des produits et services à l'endroit ou au moment qui lui convient le mieux. Une stratégie vertueuse et efficace que nous explique Bruno Costet, Directeur général de Cookson-CLAL France.**



**L'Officiel Horlogerie & Bijouterie :** En distribuant ses produits via ses commerciaux, ses agences de Lyon, Paris, Marseille et depuis quelques années par son site internet, Cookson-CLAL a déjà une distribution multicanal. Alors, qu'est-ce qui a profondément changé en 2015 ?

**Bruno Costet :** Deux choses. L'an dernier Cookson-CLAL a complètement réorganisé sa logistique en regroupant toutes ses activités sur un site principal, ce qui nous a permis de gagner en réactivité et en qualité de livraison.

Ensuite, nous avons développé de nouvelles fonctionnalités sur notre site internet pour que le client dispose d'informations (stock disponible, tarifs, soldes, compte-poids,...) toujours à jour, d'un compte client lui permettant

de faire ses achats plus facilement et plus rapidement, et de choisir le lieu de livraison le plus pratique pour lui selon ses besoins immédiats.

Maintenant, notre site n'est plus seulement un canal de distribution mais un vrai centre de profit et il y a une plus grande homogénéité d'information entre nos trois canaux de distribution que sont nos commerciaux, nos agences et donc notre site.

**L'OHB : Avez-vous pu apprécier l'impact de cette évolution ?**

**B. Costet :** Absolument. Le renforcement de notre site Internet a aussi renforcé nos agences, les deux canaux fonctionnent en synergie. Aujourd'hui par exemple, quand nous présentons un nouveau matériel, le client peut venir en voir la démonstration en agence ou

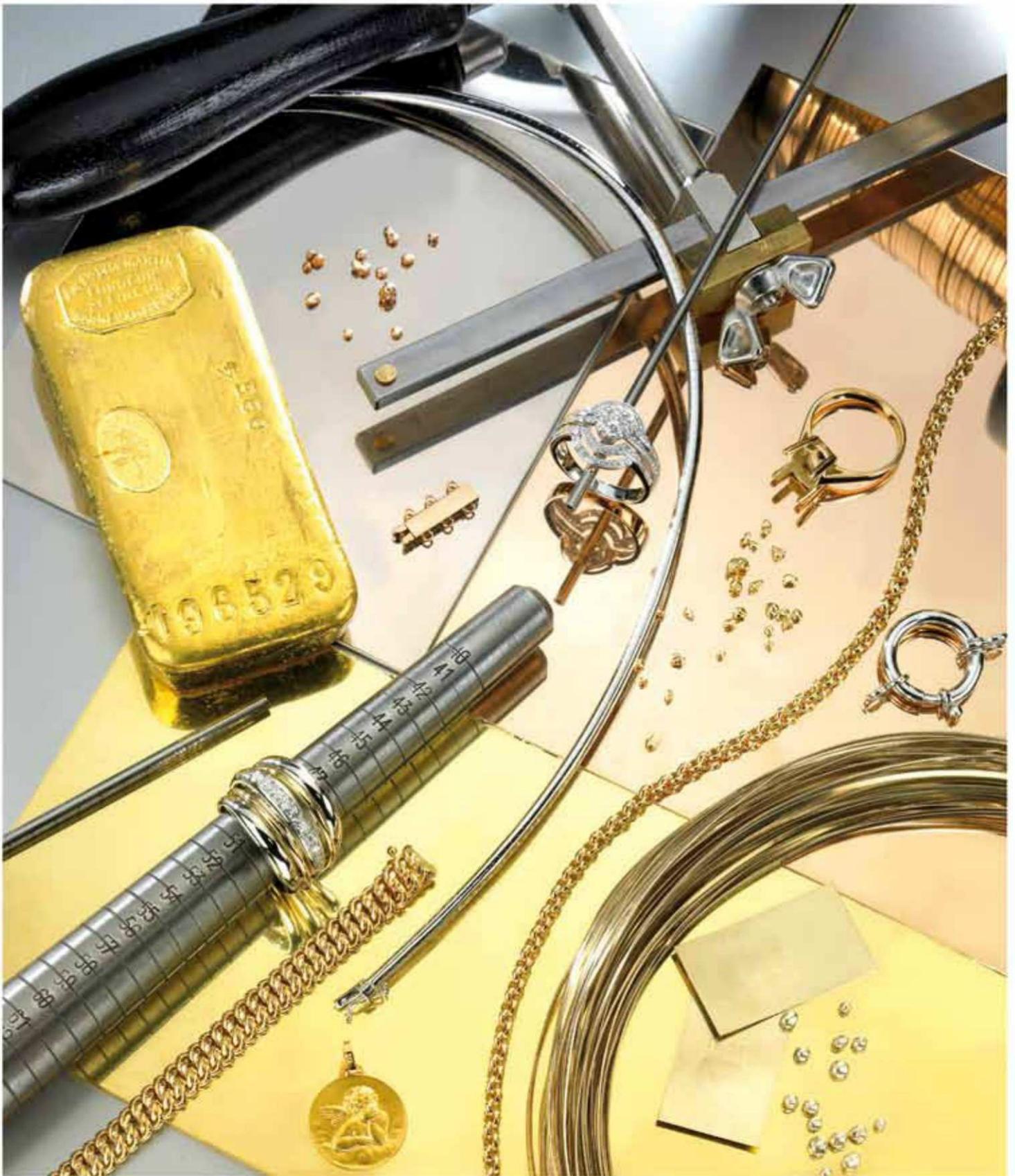
sur le site, si la date de la présentation ne lui convient pas.

Quand nous publions un leaflet, pour informer sur de nouveaux produits ou sur ceux qui disparaissent, ou dans le cadre de promotions, il est automatiquement glissé dans les milliers de colis que nous envoyons chaque mois.

Enfin, quand nos clients viennent dans nos agences, par exemple pour apporter leurs brouilles, ils peuvent consulter notre site internet et disposer d'un support toujours à jour pour discuter efficacement avec leurs interlocuteurs en agence.

La simultanéité d'information entre nos trois canaux a considérablement augmenté notre force de distribution, en même temps que la réorganisation de notre logistique a amélioré les services au client. La synergie de ces deux actions continuera à être recherchée dans l'avenir. ■ M.T.

**Plus d'information :**  
[www.cookson-clal.com](http://www.cookson-clal.com)



 **Cookson-CLAL**  
Heimerle + Meule Group

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