Écosystème digital - Yeric Gollut

28.11.2020 - Marketing digital

Farben - USM Haller

Reinweiss

Lichtgrau

USM Mattsilber

Mittelgrau

Anthrazitgrau

Graphitschwarz

Stahlblau

Enzianblau

USM Grün

Goldgelb

Reinorange

USM Rubinrot

USM Braun

USM Beige

Sommaire

Description de l’entreprise 04
Transformation digitale 06
Ecosystème digital 02
Points particuliers..... 30
Technologies..... 34
Concurrence..... 40
Synthèse 48
Sources..... 50

1 - Description de l'entreprise

USM est entreprise familiale suisse créée en 1885 spécialisée des mobiliers modulables. Créée par Ulrich Schaerer en tant qu'entreprise de métallurgie et de serrurerie. L'usine et le siège social se situent à Munsingen, en Suisse.

USM s'est tout d'abord spécialisée dans la métallurgie puis elle a évolué vers une entreprise de mobilier à réputation internationale. C'est en développant leurs nouveaux bâtiments qu'ils ont utilisé un système de construction modulable en acier flexible.

De là est partie l'idée de concevoir des meubles qui seraient eux aussi modulables.

C'est pourquoi en 1963, Haller et Schaerer ont construit un système de module en acier qui pouvait être adapté et reconfiguré pour s'ajuster aux différents besoins de l'usine et de leurs bureaux. Dû à son style, sa polyvalence et sa durabilité, le système USM Haller à rapidement fait parler de lui et à été commercialisé en 1969.

Depuis, l'entreprise fait partie des leaders mondiaux dans le secteur du design et de l'écologie. Les meubles USM ont été les premiers produits en Europe à satisfaire les normes rigoureuses de Greenguard[1]. En 2015, USM a célébré le 50e anniversaire de la création du système de mobilier modulable USM Haller.

1: Greenguard Environmental Institute pour les faibles émissions de produits chimiques et de particules de nos produits.

Aujourd'hui, USM vise à la fois les entreprises commw la sphère privée. Après la Suisse, USM a ouvert ses propres showrooms en Allemagne, France, États-Unis et Japon. La marque aide ses clients à concevoir leur mobilier. USM s'appuie également sur un réseau de 400 distributeurs dans plus de 40 pays.

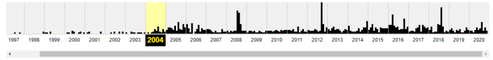
Selon les estimations[2], un bureau USM correctement équipé vaudrait **5000** francs.
USM vendrait environ 1000 systèmes par jour soit 40 000 par an ce qui ferait un chiffre d'affaires de **200 million de francs** par an.

2:source:https://www.rts.ch/play/tv/t-t-c--toutes-taxes-comprises/video/les-meubles-usm?urn=urn:rts:video:6871910

2 - Transformation digitale

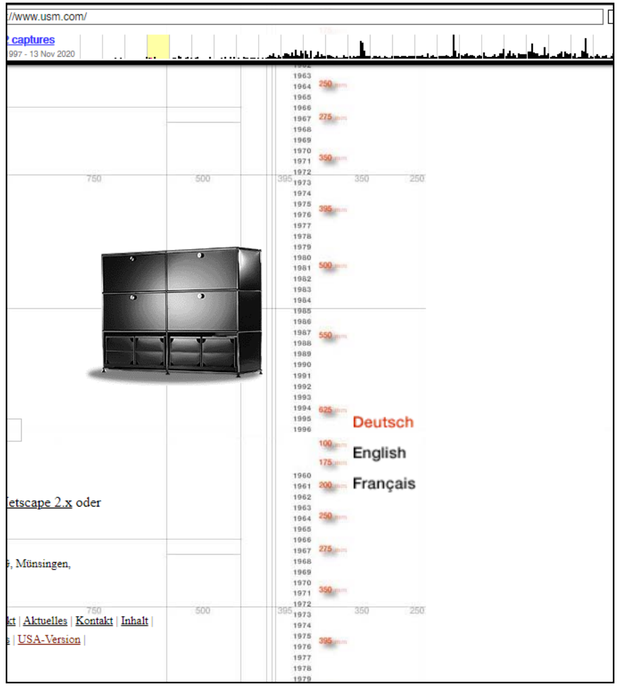
De manière générale, le secteur de la vente de meuble en général n'a jamais été le secteur le plus propice au développement digital car la commercialisation des meubles a toujours été bien établie dans des points de vente physiques. Cela permet notamment au client de voir, ainsi que d'essayer le produit avant l'achat.

Néanmoins, de nombreux vendeurs se sont adaptés à la transition numérique. C'est le cas d'USM qui déjà en 1997 avait une première version de site web. Il a été possible de revoir les anciennes versions du site par le biais de l'outil Wayback Machine. Le site était certes uniquement disponible en allemand, néanmoins, il y avait déjà un vrai catalogue avec une description complète pour chaque produit ainsi que des images de présentations.

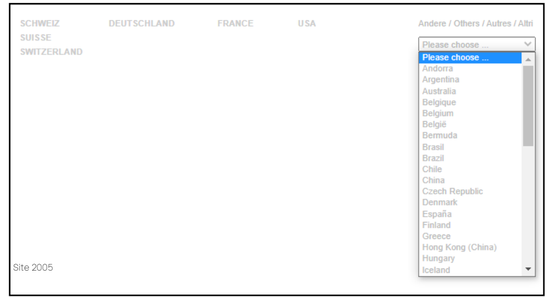


Historique complet des versions sauvegardée du site USM selon WaybackMachine

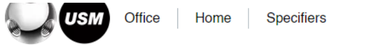
Deux ans plus tard, USM a ajouté un choix de langue entre l'allemand, le français et l'anglais. La mise en page restant la même.



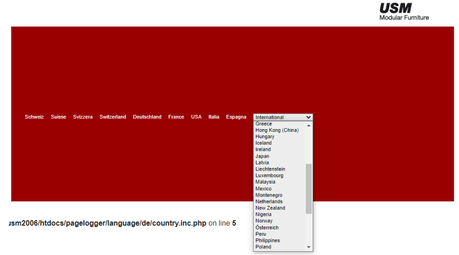
De 1997 à 2003, le site web ne subit pas beaucoup de changement. En 2004, l'ajout de l'Italien, du néerlandais et de l'espagnol rend le site encore plus accessible à l'international.



À partir de 2006 on retrouve des URL qui ont des liens avec le site actuel même si ces derniers ne sont plus accessibles.



En 2007, la liste des pays est encore une fois mise à jour. On remarque déjà la présence de l'onglet international même si à cette époque il y avait beaucoup de déclinaisons pour une multitudes de pays différents.



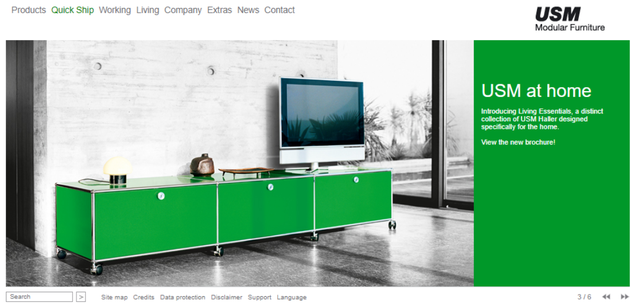
En 2012 le site reste inchangé, néanmoins la liste de pays a quadruplé et le site est maintenant disponible dans plus de 90 sous-version par pays.

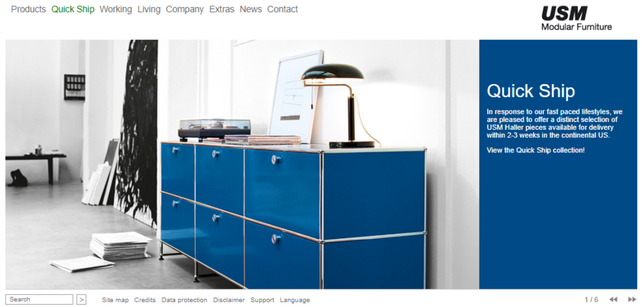
En 2012 le site reste inchangé, néanmoins la liste de pays a quadruplé et le site est maintenant disponible dans plus de 90 sous-version par pays.

2012 marque également deux éléments majeurs pour USM. Premièrement la mise en place de produits destinés à un nouveau public, le mobilier de maison.

Ensuite, USM a fait la promotion de “quick ship” - ils promettent une livraison sous deux à trois semaines dans tous les Etats-Unis - un engagement audacieux fort pour une entreprise basée en Suisse. Cela montre encore une fois l’efficacité du développement de USM à l’etranger. Un de leurs gros points forts est cette homogénéité mondiale dans la gestion des clients.

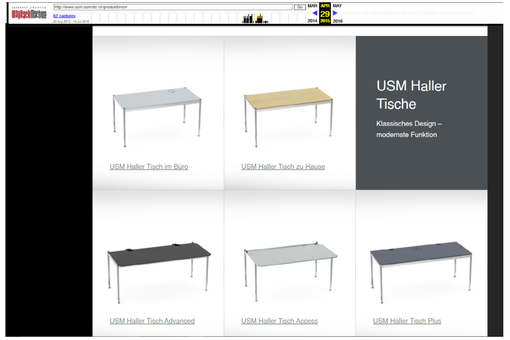
Un client situé en Amérique profitera du même service qu’un client en Suisse.



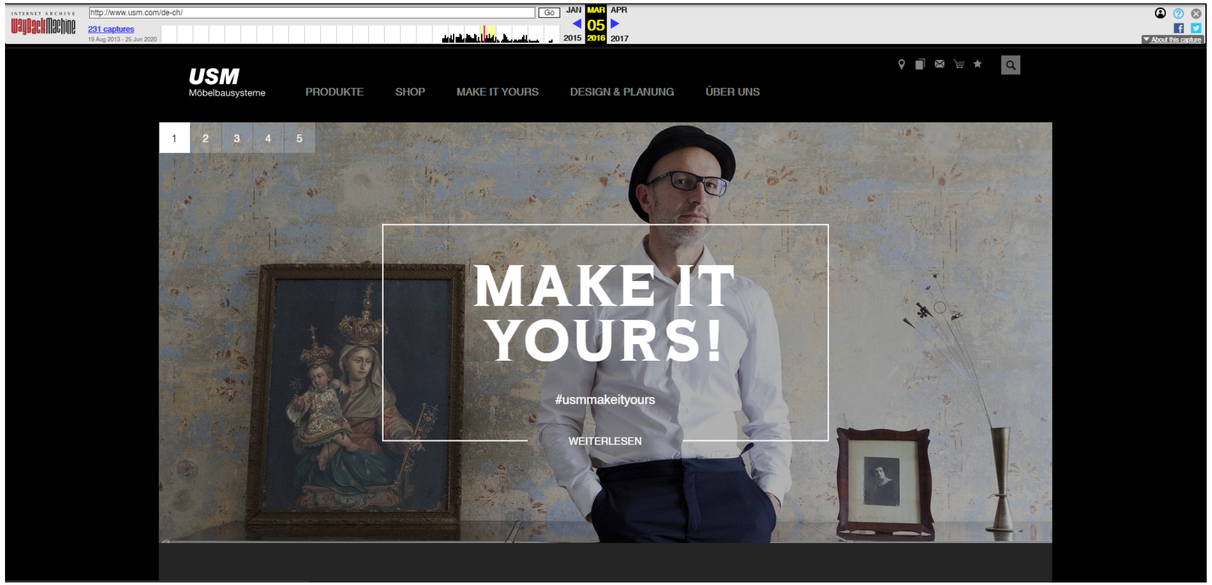


En 2015, USM propose une nouvelle manière de sélectionner son pays, soit par continent puis par pays.
Cela montre encore une fois que USM a tout fait pour que leur transformation digitale soit accessible par tous, peu importe où le client se situe.

USM met également à jour la disposition du site, le rendant proche d’un véritable site d’e-commerce avec un vrai catalogue à l’ère du temps.



En 2018, USM insiste sur le “make it yours” et ce genre de décision montre un vrai intérêt de leur part d’intégration du client dans son entreprise.

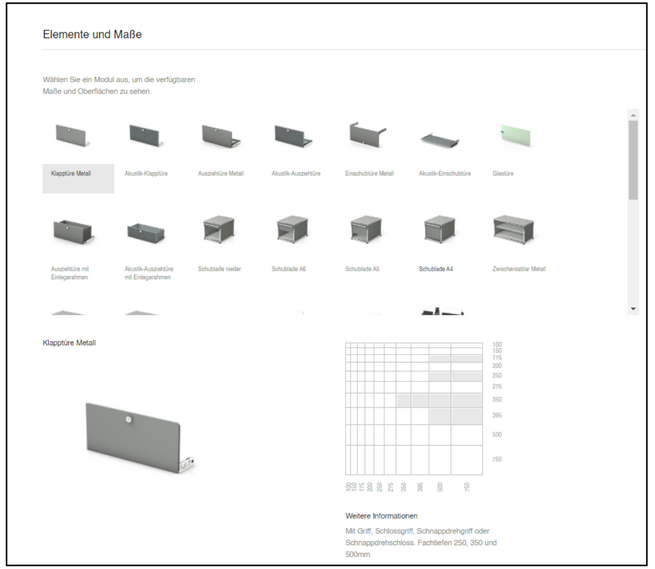


Durant cette année, la présentation des meubles est encore améliorée. Par ailleurs, on découvre des prémices des configurateurs de meubles qui apparaîtront plus tard.

Cela améliore déjà concrètement la notion de showroom virtuel. Le client peut maintenant personnaliser son meuble en ligne.

Aujourd’hui, USM dispose d’un site internet optimal. Il est responsive.
L’expérience utilisateur a subi une nette amélioration au fil des années.

USM dispose maintenant de plusieurs prestations en ligne à la pointe des nouvelles technologies qui seront abordées dans les prochains chapitres.

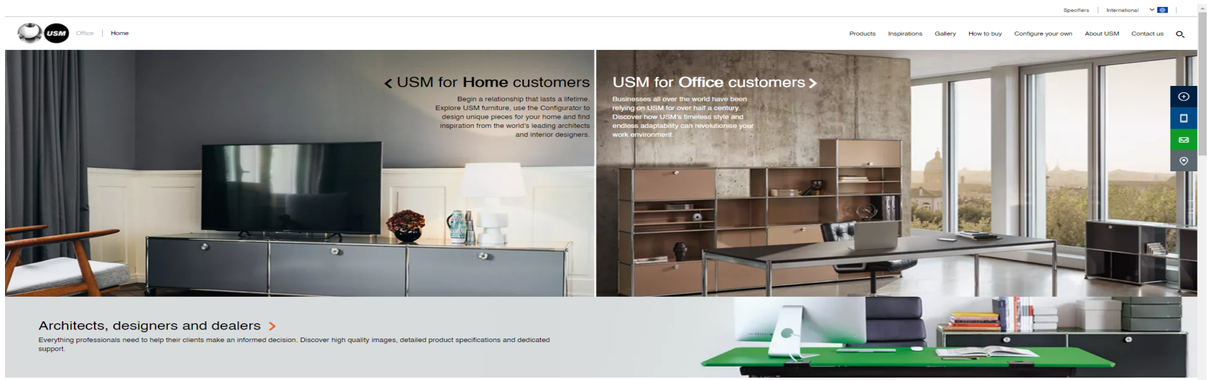


3 - Ecosystème digital

- Site web
- Boutique en ligne
- Brochures et newsletter
- Configurateur de meuble
- Contact
- Showroom
- Entreprise partenaire / Sites revendeurs
- Site web mobile

- Réseaux sociaux :
  - Chaîne Youtube
  - Page Facebook
  - Compte Twitter
  - Page Linkedin
  - Pinterest
  - Page Instagram

Site web



Le site web de USM est riche en informations.

Premièrement, il est séparé en deux catégories distinctes ainsi qu'une troisième catégorie pour les prescripteurs, qui sont respectivement **home** (mobilier dit privé/ de maison), **office** (mobilier de bureau) et **prescripteur**.

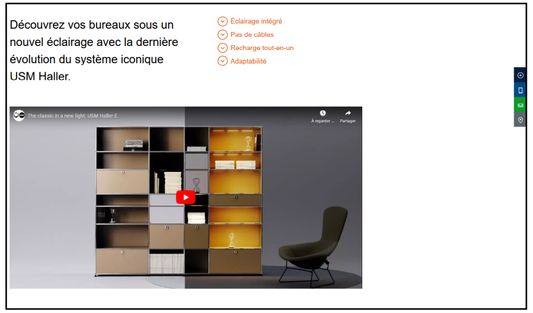
En Suisse, le site web est disponible en Allemand, Italien et Français.

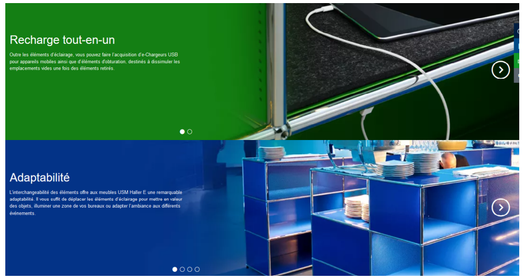
A l'international, il est décliné en plusieurs versions pour dix pays différents.

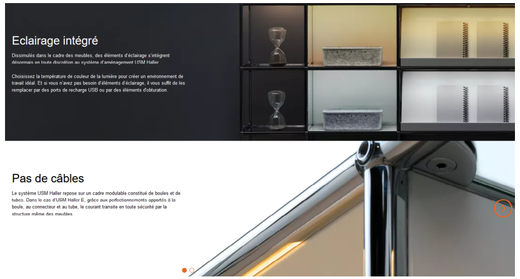
Le logiciel NVDA permet de vérifier l'accessibilité d'un site pour les non-voyants. Le site d'ussm n'est pas optimisé, cela est mauvais.

Le site de USM peut être considéré principalement comme un "showroom" virtuel. On y trouve un large catalogue regroupant leurs différents produits.

Pour chaque produit, une description détaillée et complète est proposée. On y trouve également un petit clip vidéo présentant le produit. Dans la description des produits, toutes les informations nécessaires ainsi que les différentes applications potentielles du produit sont spécifiées. (Tout cela apporte donc au site web d'USM plusieurs bases qui font de lui un site e-commerce.)







Boutique en ligne

Une boutique en ligne est aussi disponible sur laquelle se trouve les meubles principaux en version «standard» avec un choix multiple de couleur. (accesible avec la case shop en haut à droite sur le site)

Dans cette boutique il est possible de visualiser les meubles à 360°. Une fois le(s) meuble(s) ajouté(s) au panier, l'utilisateur est redirigé sur une page de commande "classique". avec plusieurs moyens de paiement habituels (mastercard, visa, paypal).

360°

Meuble USM Haller G1

Meuble de rangement composé de 3 modules équipés de portes abattantes (poignées sans serrure).

Créés par un architecte et un industriel visionnaires, les meubles USM sont fabriqués en Suisse depuis plus de 50 ans et reconnus dans le monde entier. Leur qualité de fabrication et leurs lignes intemporelles en font un classique incontournable du design, qui trouve sa place aussi bien dans les bureaux que dans les plus beaux intérieurs, classiques ou modernes. Leur conception modulaire permet de les faire évoluer au fil du temps selon les besoins et les envies.

Caractéristiques techniques : Structure en tubes d'acier chromé assemblés par des boules de connexion, habillée de panneaux d'acier thermolaqué et montée sur patins réglables en hauteur.

Attention, nos meubles sont livrés entièrement assemblés : pensez à vérifier que les dimensions du meuble sont compatibles avec vos accès et l'emplacement prévu.

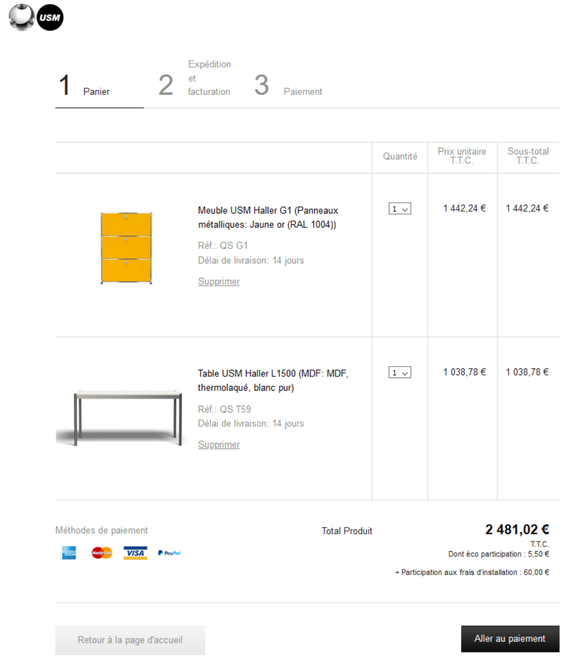
Réf.	QS G1
Dimensions	L : 773, P : 373, H : 1090 mm
Délai de livraison	14 jours

Couleurs:

1 442,24 € T.T.C.

incluant 3,20 € éco participation

Ajouter au panier

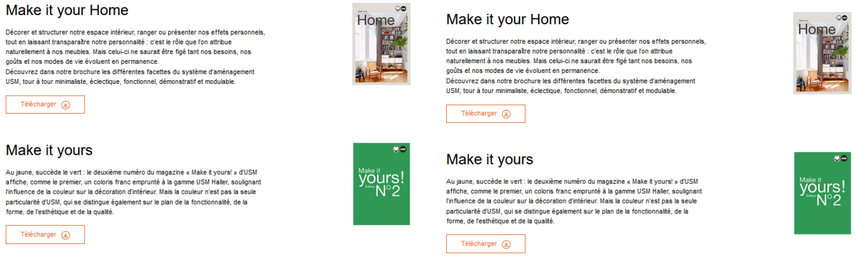


La page de commande reprend les codes classiques d'une page de commandes d'un site typique d'e-commerce.

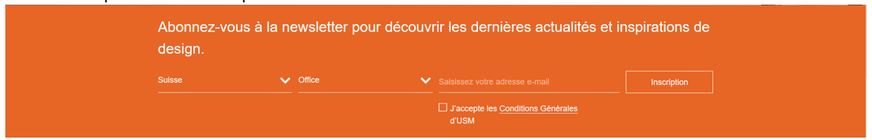
Un système de panier est disponible, suivi d'un formulaire d'adresse et d'une page de paiement.

Brochure et Newsletter

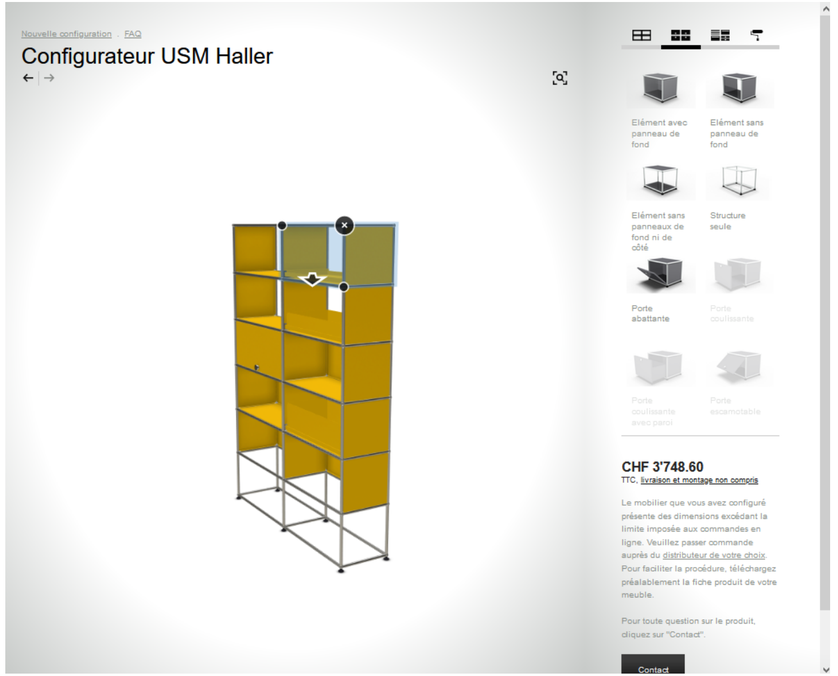
Sur le site il est possible d'accéder à toutes leurs brochures. Ces brochures traitent différents sujets, néanmoins, elles ont toutes le même objectif principal qui est de promouvoir les meubles USM.



Le site propose également une newsletter qui vise à partager les dernières tendances et inspirations. Cette Newsletter qui est lui aussi séparé entre client home et client office.



Configurateur de meuble



Ensuite, un atout fort du site web est le configurateur de meubles, qui illustre parfaitement l'atout des meubles de USM soit leur modulabilité.

Le configurateur de meubles est donc complémentaire vis-à-vis des meubles modulables car il laisse la possibilité au client de configurer ses futurs meubles à sa guise.

Le configurateur permet de concevoir une palette large mais non exhaustive de meubles. Si le client désire aller plus loin dans la configuration, il lui suffit de contacter le service client.

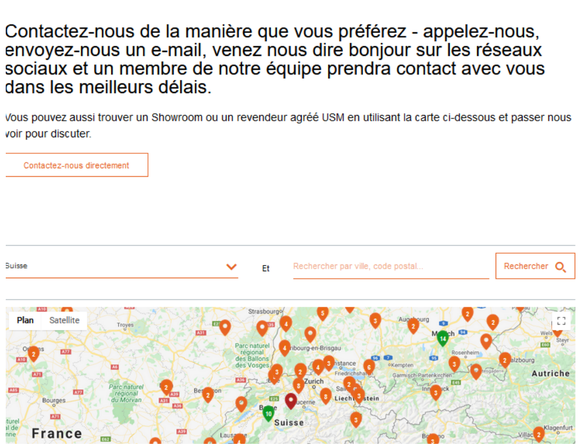
Il est possible choisir la taille, la couleur et les accésoires mais aussi les éléments de la structure.

Contact

Comme cité plus haut, l'achat peut se faire dans la boutique en ligne mais le choix est limité à certaines tailles de base. En revanche , les clients d'USM cherchent généralement des produits modulables.

C'est pourquoi une grosse partie des achats passent par le service client qui propose des projets sur mesure et des devis. Il est possible de prendre contact avec l'entreprise par téléphone, par mail ou alors en visitant directement le showroom le plus proche.

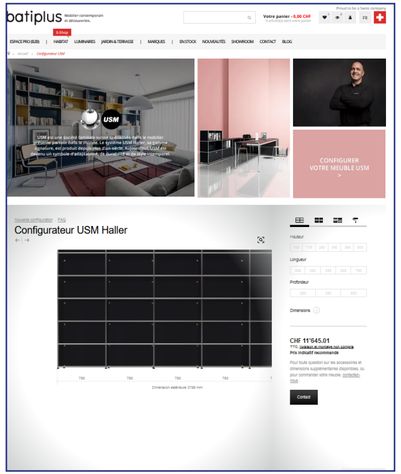
Showroom



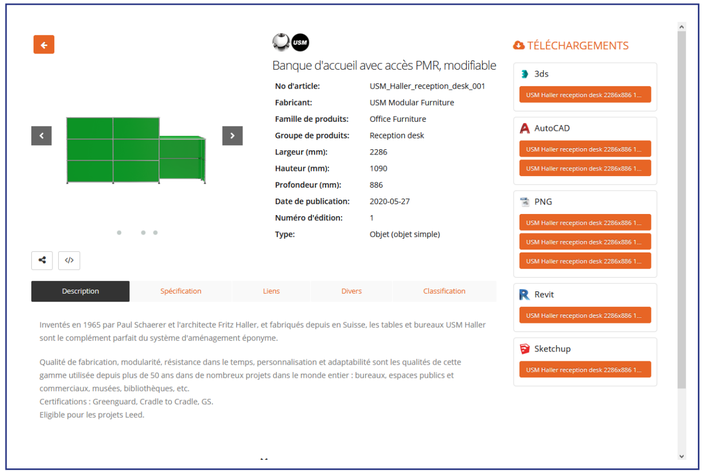
Les showrooms USM se veulent "proposer l'environnement idéal pour concevoir un mobilier parfait". Les showrooms officiels de USM se situent à Paris, Londres, Berne, Hambourg, Munich, Tokyo et New York.
Selon USM, en plus de leurs showrooms, ils ont 410 partenaires agréés présents dans 40 pays. Selon USM, ces partenaires sont tous de confiance, ils assureront le même niveau de soin et de service que leur propre équipe.

Entreprise partenaire / Sites revendeurs

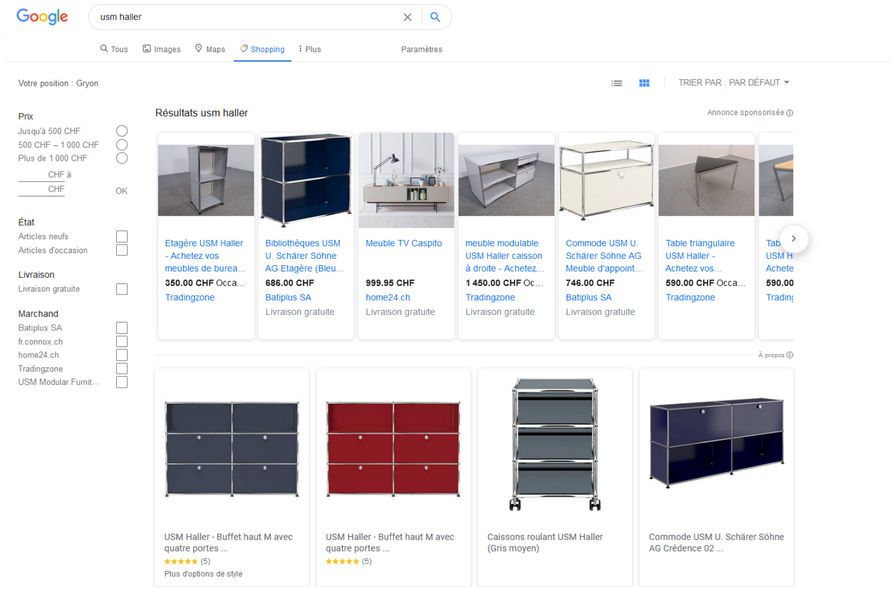
Dans la continuité des entreprises partenaires, il est possible pour ces entreprises d'intégrer le configurateur de meubles sur leurs propres sites. C'est le cas par exemple pour Batiplus qui propose une page dédiée au configurateur USM sur leur site web.



Sans oublier l'onglet prescripteur du site web qui propose une sélection de meubles et de tables préconfigurés dans des formats compatibles pour les logiciels d'architecture tels que AutoCAD 2D et 3D, 3ds, SketchUp ainsi que le format Revit basé sur la technologie BIM. Avec toutes ces possibilités, cela permet aux partenaires d'être totalement indépendants d'USM.



Entreprise partenaire / Sites revendeurs



Il suffit d'une simple recherche Google, dans l'exemple suivant avec le modèle phare d'USM : le USM Haller, pour constater que USM Modular Furniture n'apparaît qu'en 5ème position dans l'onglet shopping.

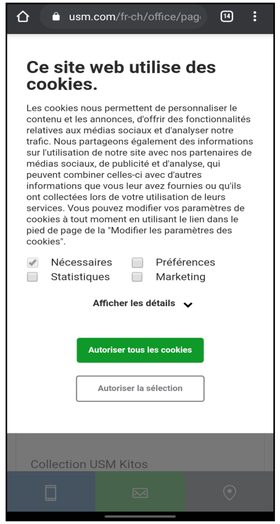
On constate donc que les vendeurs externe sont primordiaux pour les ventes de USM.

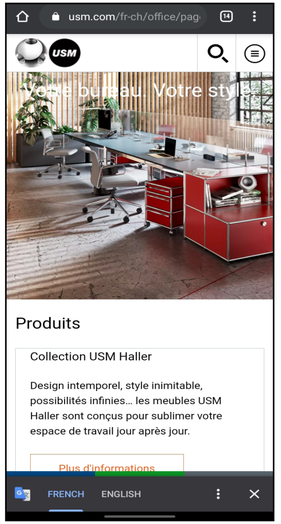
Je suppose donc qu'il est très important pour USM d'entretenir des bonnes relations avec ses prescripteurs car en plus de revendre leurs meubles ils leurs font également énormément de publicité.

Le site web d'USM est parfaitement compatible sur mobile. On y retrouve le choix entre les 3 catégories comme sur la version ordinateur.

Un défaut nottable est la surcharge d'informations à l'écran, même si cela est un problème récurrent sur les petits écrans.

Aujourd'hui, il est primordial de bien optimiser le parcours clients sur les terminaux mobiles car plus de 50 % du trafic web se fait par le biais des smartphones.



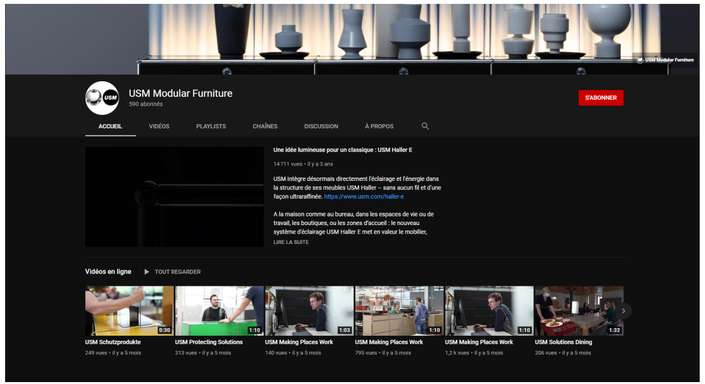


Réseaux sociaux:

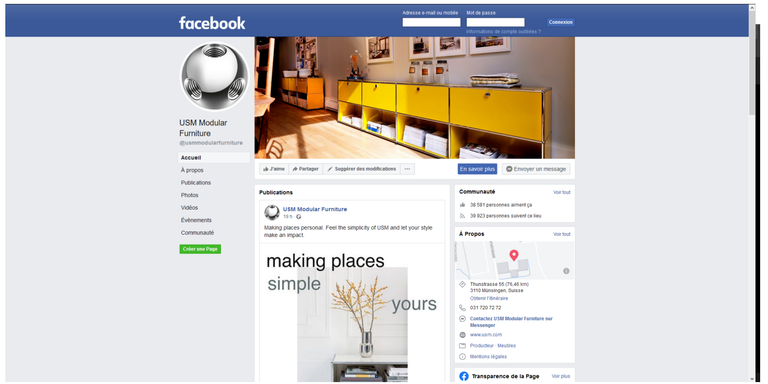
Chaîne YouTube

La chaîne YouTube d'USM comptabilise à peine 600 abonnés. La chaîne sert notamment à publier des vidéos publicitaires ainsi que des reviews des différents salons de présentation auxquels ils ont participé.

Néanmoins la chaîne YouTube ne connaît pas un buzz monumental, elle fait très peu de vues. Elle sert surtout de plateforme pour publier les vidéos de présentations de meubles pour le site web.



Page Facebook



La page Facebook est mise à jour à un rythme quasiment quotidien. La page réunit près de 40 000 personnes.

Les postes sont variés: des interviews, des présentations de meubles, etc.
Le compte Facebook sert également de répertoire pour les différents événements comme des conférences de l'entreprise par exemple.

FaceBook est un réseau important pour une entreprise car il est le plus gros réseau actuel regroupant 2.7 milliards d'utilisateurs.

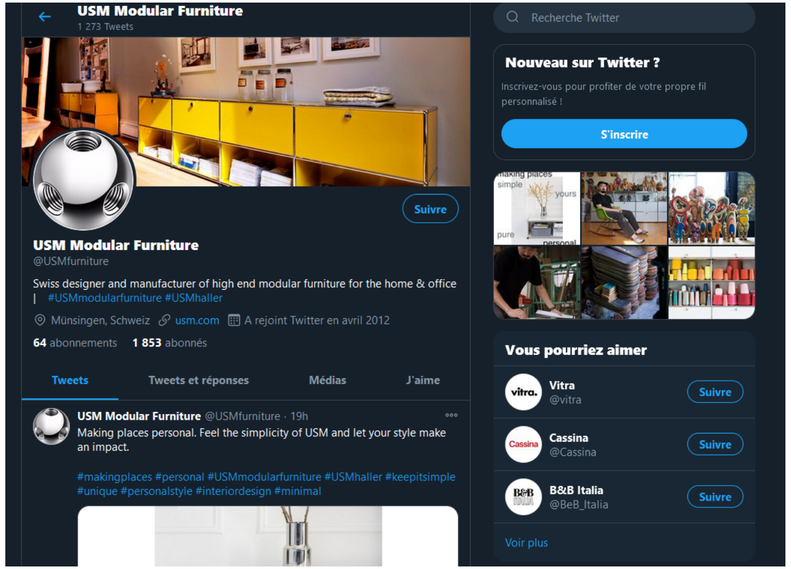
Compte Twitter

Sur Twitter, les posts sont simplement les mêmes que ceux postés sur Facebook.

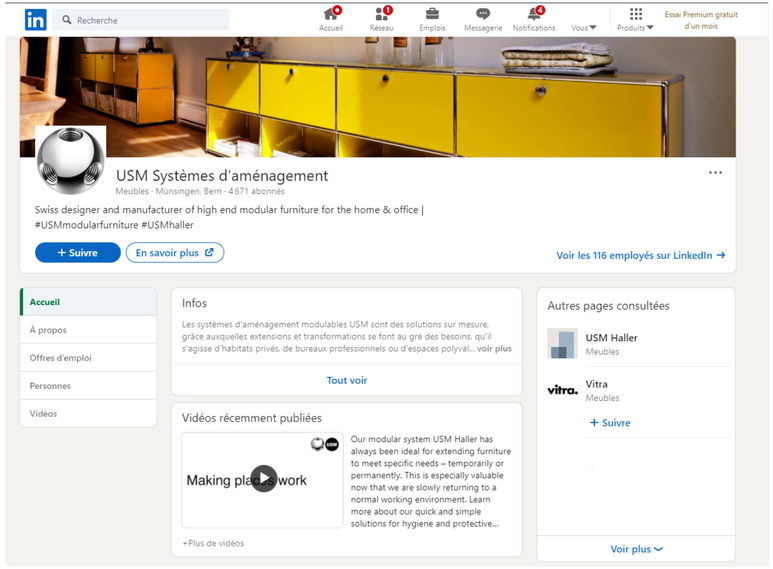
Étonnamment, il y a peu d'interactions avec la communauté là où twitter est généralement propice à cela.

Le compte Twitter d'USM à un impact moindre par rapport au compte Facebook, cela est dû au peu d'abonnés qu'il comptabilise. (1800 ~) Les postes les plus liké ces dernières semaine s'élèvent aux maximum à 6 likes.

Cela remet en question l'utilité de ce compte twitter, est-il présent juste pour la forme ?



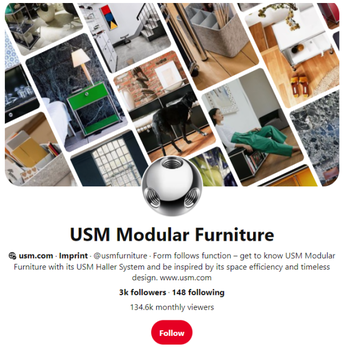
Page Linkedin



Quand à la page Linkedin, qui comptabilise 4 655 abonnés, elle est utilisée principalement pour la fonction première de Linkedin qui est la recherche d'emplois.

Néanmoins on y trouve en plus quelques articles et vidéos promotionnels.

Pinterest

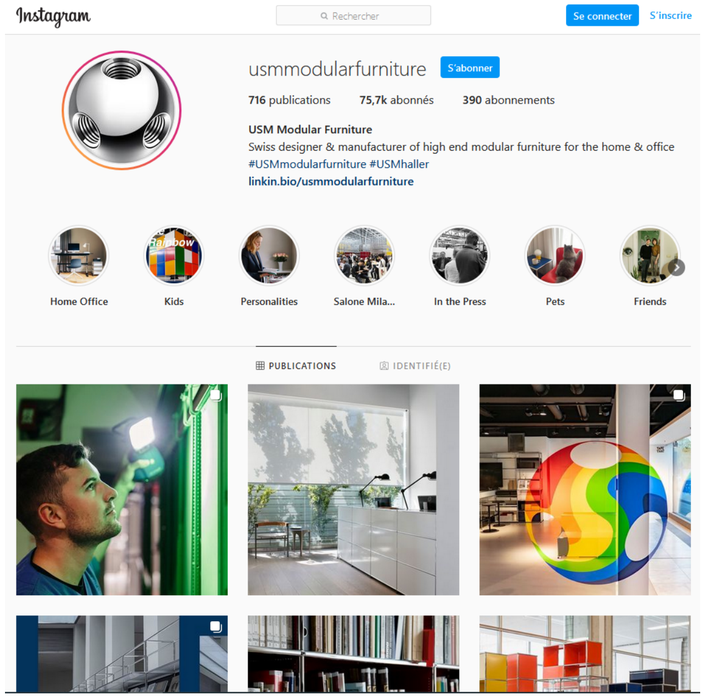


L'utilisation de Pinterest est très intéressante pour une entreprise d'autant plus lorsqu'il s'agit d'une entreprise "design" telle qu'USM. Les posts sur Pinterest restent bien plus longtemps dans le haut des fils d'actualité grâce à la fonction d'épingler. Il est d'ailleurs constatable que le Pinterest d'USM a un impact énorme par rapport a son Twitter.

Le compte comptabilise 3000 abonnés mais est consulté plus de 130 milles fois par mois.

On y trouve des meubles USM intégrés dans des décors "réel" qui permettent au clients de s'identifier par rapport aux différent meubles.

Page Instagram



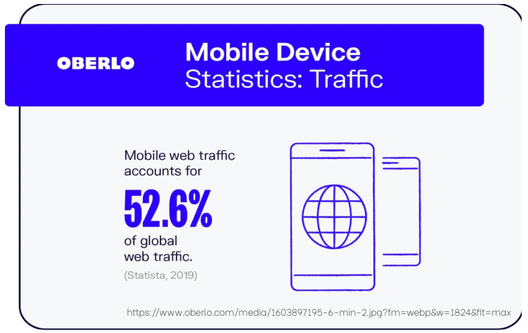
Parmi tous les réseaux, la page Instagram est sans aucun doute la plus importante pour la communication sur les réseaux d'USM.

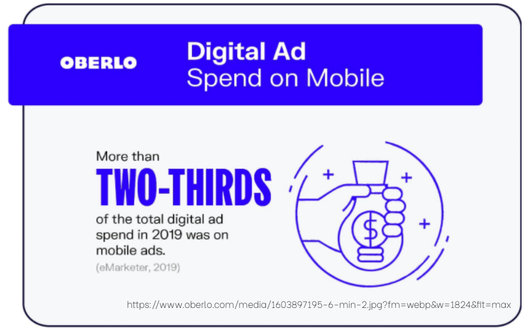
Avec presque 80 000 milles abonnés, un post quotidien ainsi que de nombreuses stories, le compte Instagram d'USM est un canal principal de publicité pour l'entreprise.

Cela est très intéressant pour USM car à l'heure actuelle Instagram est le réseau qui se développe le plus. Avec l'ajout récent de l'achat par l'application, il serait peut-être intéressant de développer un peu plus l'aspect vente "rapide" qu'Instagram pourrait apporter à USM.

5 - Points particuliers

Depuis quelques années, l'internet mobile connaît un essor fulgurant. Début 2015, moins d'un tiers (31,16 %) du trafic web mondial provenait d'appareils mobiles. Moins de cinq ans plus tard, ce chiffre est passé à 52,6 %. (Statista, 2019).

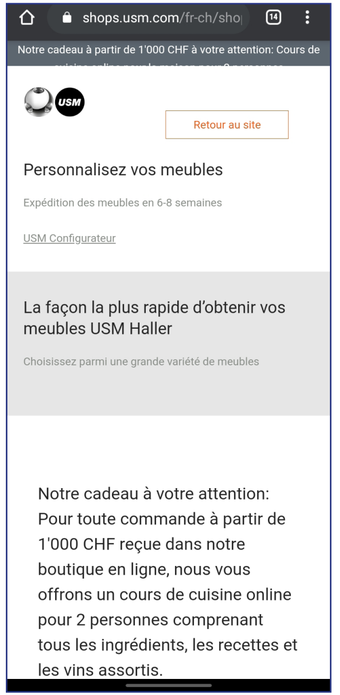


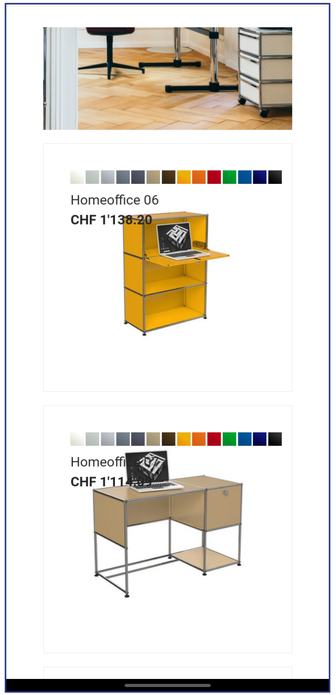


Cela montre donc la nécessité absolue de rendre son écosystème aussi bien accessible sur ordinateur que mobile. La version mobile d'un site web se doit d'être optimisée. Les mobinautes ne resteront tout simplement pas sur un site s'ils n'arrivent pas à charger les pages.
Le marché du mobile est également intéressant car plus des deux tiers des dépenses publicitaires numériques sont dirigés vers les mobiles.

Dans le cas d'USM c'est un petit peu particulier car il est plus rare de commander un système de rangement modulable à 3500 francs sur son téléphone. Il n'empêche qu'il reste quand même impératif de pouvoir le faire.

En accédant à la boutique depuis un smartphone (essais effectués avec un samsung S10 sur l'application chrome), on constate que le site est très lent. Il peine à charger. En plus l'affichage n'est pas toujours réussi. Il y a plusieurs problèmes comme un bandeau qui reste mal affiché en haut, des texte qui superposent des images, les rendant illisible. Quant à la page d'achat, elle fonctionne mais elle n'a pas été optimisée pour mobile.

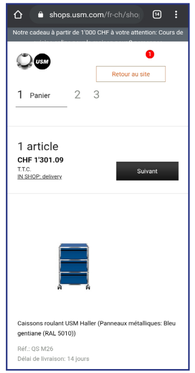


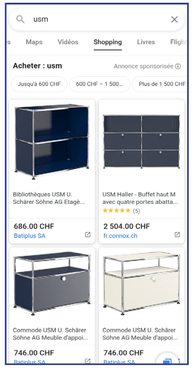


Il est possible de charger la page shop sur mobile mais effectivement le chargement est extrêmement long. Il est également possible de configurer son meuble cependant les options sont limitées en comparaison avec la version ordinateur du site.

Ensuite, le panier d'achat peut être ouvert afin de valider sa commande mais encore une fois le tout n'est pas optimisé.

Par contre, l'accès à l'onglet "shopping" sur google est lui optimal. Cela est certainement dû au fait qu'il ne soit pas géré par USM mais par Google.



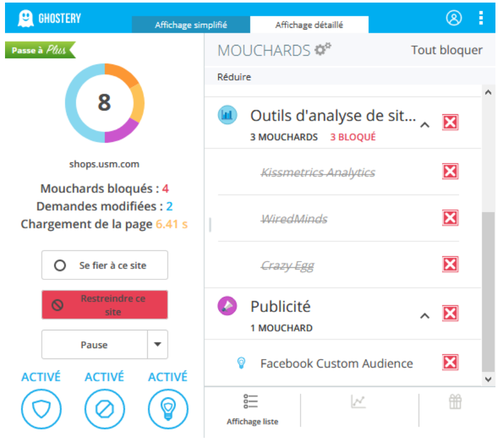


Comme vu plus tôt, USM a toujours été soucieux d'inclure le plus de pays possible dans son marché.
Le site web étant certes décliné sous plusieurs langues, il est important de notifier que sur les réseaux sociaux, USM communique uniquement en anglais.
Comme spécifié plus tôt, le site web étant compatible sur mobile, cela s'allie aux réseaux sociaux phares de la marque, à savoir Instagram et Pinterest.

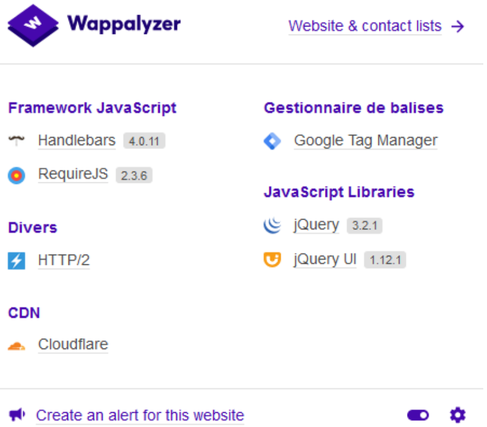
C'est principalement au travers de ces trois canaux que les mobinautes sont le plus pris en compte.

6 - Technologies

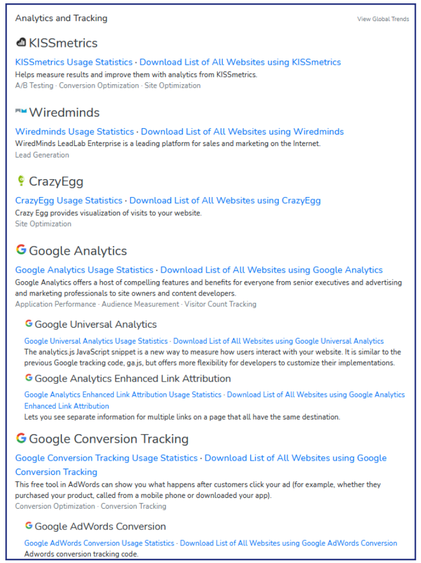
Le site web d'USM contient plusieurs technologies d'analytics. Premièrement, l'utilisation du logiciel "Ghostery" détecte l'utilisation de solarwinds pingdom. C'est un logiciel qui rend un site web plus rapide et plus fiable grâce à un bon contrôle des performances web et de l'expérience digitale.

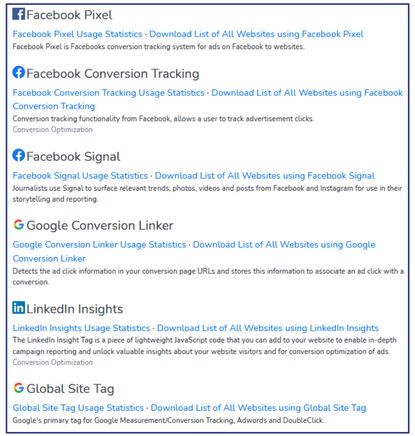


Avec Wappalyzer, rien de particulier n'est constatable.



Néanmoins l'utilisation du logiciel Builtwith détecte de nombreux logiciels. Les principaux sont **KISSmetrics**, **Wiredminds**, **CrazyEgg** et **Google Analytics.**





Facebook custom audience est un outil extrêmement puissant pour la publicité à l'heure actuelle. Ce logiciel permet de trouver des audiences existantes parmi les personnes qui sont sur Facebook.

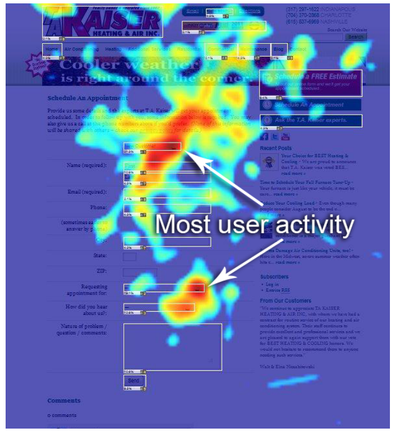
Il permet d'utiliser des sources telles que les listes de clients, le trafic du site web ou de l'application, ou l'engagement sur Facebook, pour créer des audiences personnalisées de personnes qui connaissent déjà l'entreprise.

KISSmetrics est un outil d'analyse web qui fournit des informations clés et des informations sur l'interaction des utilisateurs sur un site web. Il définit une représentation claire des activités des utilisateurs sur le site web et recueille des données d'acquisition sur chaque visiteur.

Crazy Egg est une application en ligne qui fournit des outils de suivi visuel tels que Heatmap (carte de fréquentation) , Scroll map (Scroll Map" est un outil utilisé pour analyser la manière dont les visiteurs d'un site web font défiler leur site.

Il permet de visualiser le comportement des visiteurs sur les différentes pages du site, Overlay et Confetti (Confetti est un rapport qui montre où les gens cliquent sur le site, et qui fournit également des informations sur la façon dont ils utilisent la page web).
Cela aide à comprendre les intérêts des clients afin de pouvoir augmenter les bénéfices de votre site web.

L'interet d'une Heatmap comme celle presentée à droite est énorme car elle décrit le parcours du clients sur un site Web.

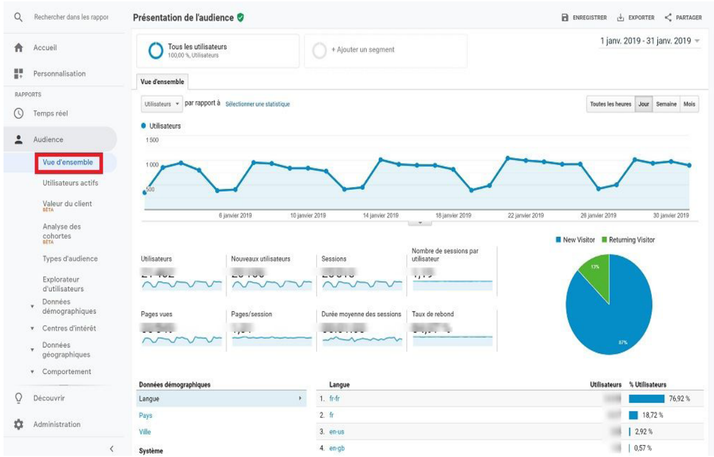


Wiredminds est considéré comme l'outil concurrent de Google Analytics. C'est une entreprise de logiciels et de services dans le domaine de l'analyse de sites web et du contrôle d'applications web. Par contre, son utilisation est moindre par rapport à Google Analytics.

Et enfin Google Analytics, qui est un outil de statistique de Google, qui permet à chaque administrateur de site web de pouvoir analyser son audience gratuitement (il existe des offres premium également).

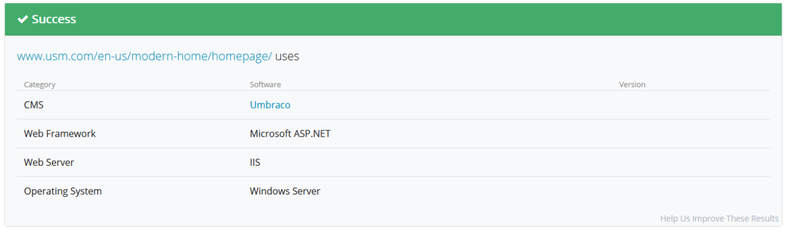
Google Analytics est certainement l'un des logiciels d'analyse numérique les plus populaires. Il permet d'analyser spécifiquement les détails du parcours clients sur un site web et de connaître l'âge, le sexe, l'intérêt, le dispositif et la localisation du public. Google Analytics (ou un équivalent) est indispensable pour un site web actuel.

Un onglet sur le site web d'USM presente comment ils utilisent les données desc lients. (https://www.usm.com/fr-ch/office/mentions-legales/politique-de-confidentialite/)

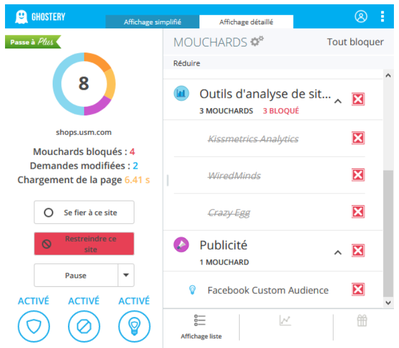


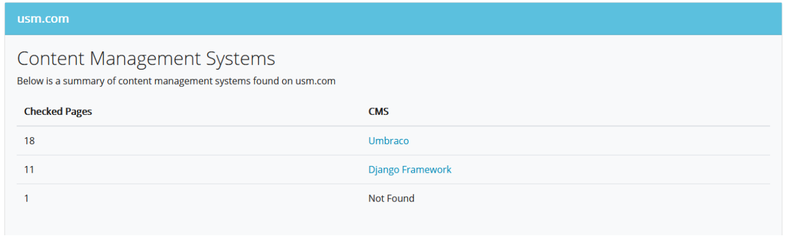
Quant au système de gestion de contenu, USM utilise le CMS Umbraco.

Umbraco est une plate-forme de système de gestion de contenu open source pour la publication de contenu sur le World Wide Web et les intranets. Il est écrit en C # et déployé sur une infrastructure basée sur Microsoft.



USM utilise également Django Framework, Django est un framework Web Python qui encourage un développement rapide et une conception propre.





https://www.usm.com/fr-ch/home/galerie

7 - Concurrence: Vitra

Description de vitra selon vitra

Vitra se consacre à la conception de produits et de concepts innovants en collaboration avec des designers de renom. Ils sont développés en Suisse et utilisés dans le monde entier par des architectes, des entreprises et des particuliers pour créer des espaces de vie, de travail et des lieux publics inspirants.

Les classiques de Vitra contribuent à écrire l'histoire du design novateur du XXe siècle. Aujourd'hui également, la société cherche à allier son savoir-faire en matière de techniques et de conception à la créativité de designers contemporains pour élargir constamment les limites du design.

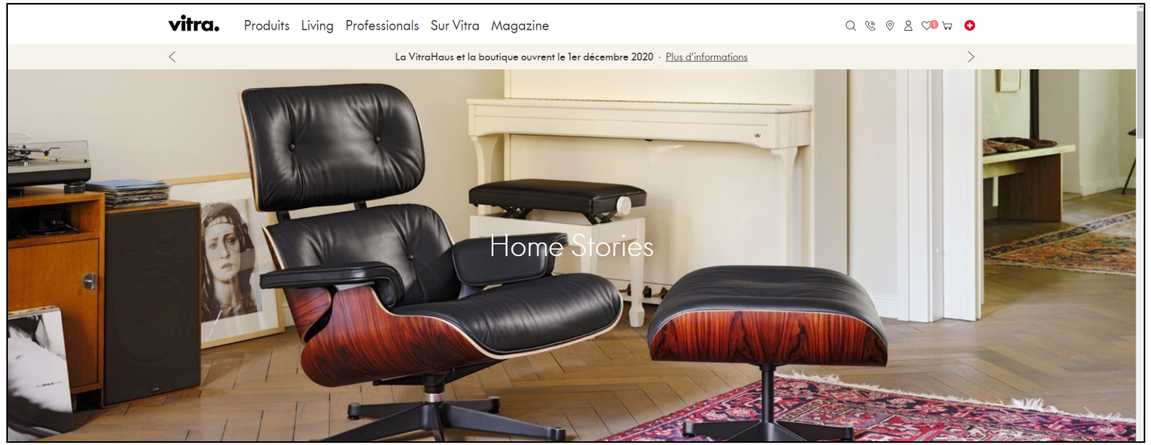
Vitra, entreprise familiale depuis maintenant quatre-vingts ans, entretient des relations permanentes avec ses clients, ses collaborateurs et les designers. La société est réputée pour la longévité de ses produits, sa croissance durable, la qualité et la puissance de son design.

Vitra, c'est aussi le Vitra Campus, conçu par des architectes internationaux de premier rang, le Vitra Design Museum et ses expositions de design et d'architecture, les archives du design et l'importante collection de mobilier. La société est parvenue à créer une atmosphère propice à l'innovation, qui est source d'inspiration pour les visiteurs, et de stimulation pour le processus de design.

L'entreprise Vitra à donc beaucoup de points communs avec USM. Les entreprises sont toutes les deux basées en suisse tout en vendant à l'international. Ayant le même objectif commun, à savoir le design, elles sont également toutes deux des entreprises familiales.

Même si USM essaie de se diversifier vers un public plus large que celui du bureau, Vitra semble être plus implémenté dans les maisons des gens.

Site web



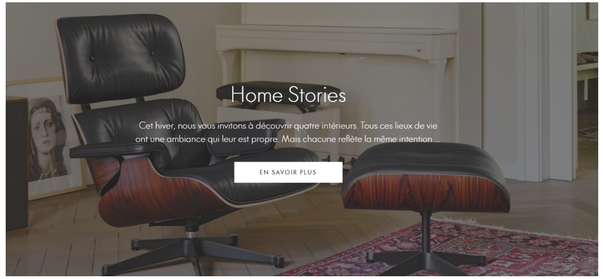
Contrairement au site web d'USM, le site de Vitra ne fait pas de distinction marquée entre produit home et produit office. Grâce au logiciel NVDA, il est possible de constater que le site est accessible pour les non-voyants ce qui n'était pas le cas de celui de son concurrent. Sur la page principale, on trouve les onglets produit, Home Stories, Couleurs & matériaux, Designer et Actualités.

Vitra met donc en avant les designers de leur produit ainsi que les matériaux utilisés. Deux onglets retiennent l'attention, les home stories et la page disponible rapidement.

Home stories

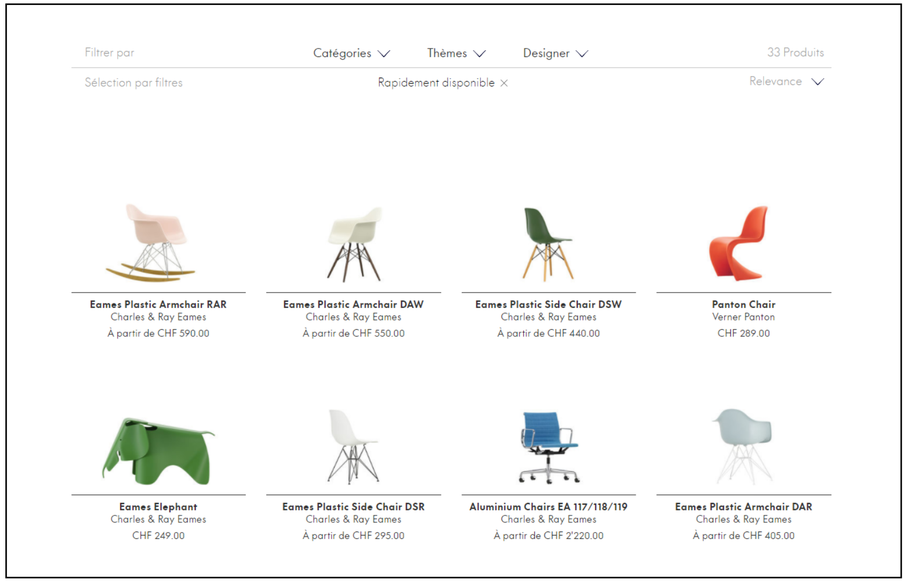
La page “home stories” immerge le client dans un environnement où les produits de Vitra sont fortement présents.

Cet onglet est très intéressant car il permet de vraiment se représenter le produit dans la vie de tous les jours.



La bannière “Disponible rapidement” redirige le client dans la boutique et propose une série de produits prêts à être expédiés.

Boutique en ligne



La boutique est intégrée directement sur le site de base de Vitra. (A l’inverse d’USM ou le client est redirigé sur un nouveau site.)

La boutique est épurée et les informations sont claires. Chaque produit dispose d’une présentation complète avec de multiples photos pour imager le produit.

Eames Plastic Armchair RAR

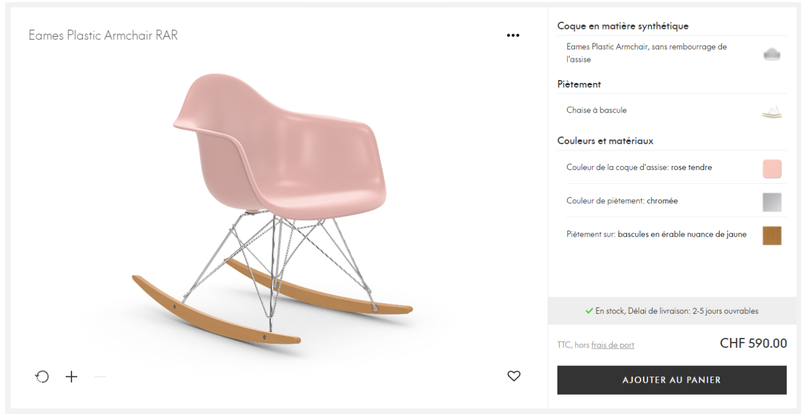
Charles & Ray Eames, 1950

Les Plastic Chairs comptent parmi les créations les plus célèbres de Charles et Ray Eames. Un modèle s’est toujours démarqué de la vaste famille de chaises : le Rocking Armchair Rod Base (RAR). Malgré ...

À partir de CHF 590.00

CONFIGURER

Configurateur et liste de souhait



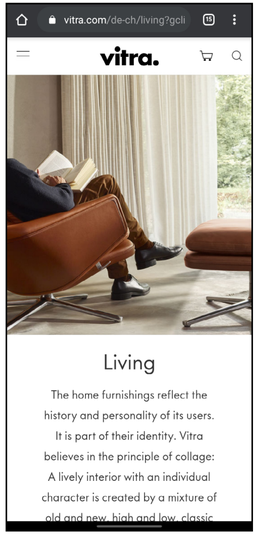
Vitra a également un configurateur de meubles mais contrairement à celui d'USM, il est intégré dans chaque page de produit.

vitra.

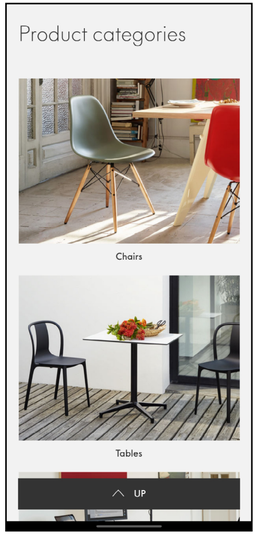
Le produit s'affiche sur la gauche et tourne lentement sur lui-même. A droite, il est possible de personnaliser le produit avec une large palette de choix.

Sur la page de configuration, Vitra propose une liste de souhaits. Cela n'est pas disponible sur le site d'USM. Ce système de fidélité permet notamment de partager ses souhaits à ses proches ainsi que d'éviter l'interruption du cycle d'achat car à chaque fois que le client retournera sur le site, il retrouvera ses précédents souhaits.

Site web mobile

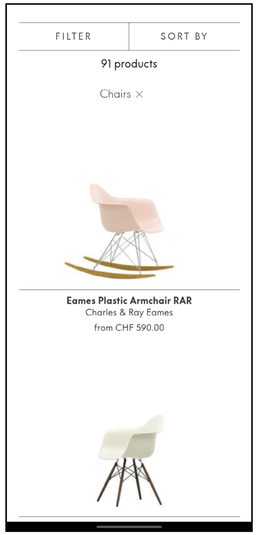


Au niveau de la version mobile du site, entre Vitra et USM la différence est colossale.

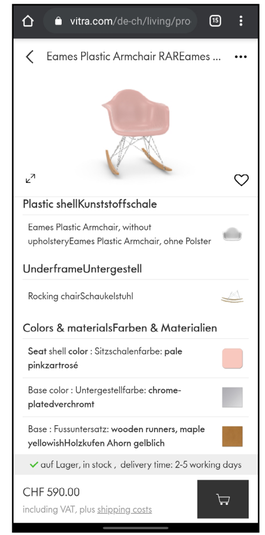


Le site de Vitra est beaucoup mieux optimisé. L'écran n'est pas surchargé, le tout est bien aéré. Le bouton "UP" est une excellente idée pour la navigation sur le site.

Au niveau de la boutique, elle est disponible sur mobile de manière épurée.



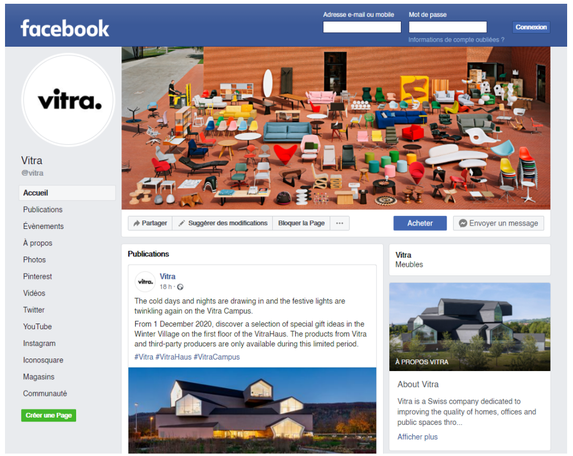
Malgré le fait que son affichage prenne un petit peu de temps à charger, le configurateur de meubles est disponible.



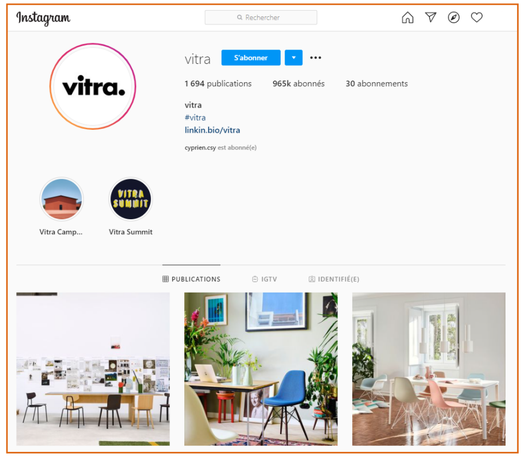
Réseaux sociaux

Globalement, les réseaux sociaux de Vitra ont de plus grosses communautés. Dans le cadre de cette analyse nous allons nous concentrer sur facebook et Instagram.

Ce qui est intéressant avec leur compte facebook, c'est le fait qu'il a beau avoir une communauté de plus de 250 000 utilisateurs, les post ne dépassent pas les 100 likes en moyenne. Cela fait relativiser par rapport au compte FaceBook qui est plus ou moins dans la même situation.



Le compte Instagram est lui impressionnant. Il comptabilise à lui seul plus de 950 000 abonnés.
Avec des post quotidiens, le compte Instagram sert a montrer au client la beauté d'un meuble vitra dans la vie de tous les jours. On remarque également l'utilisation de IGTV ou Vitra poste des vidéos montrant le développement de certains mobilier par exemple. Cela est intéressant car ces vidéos intègrent en quelque sorte le client dans l'entreprise. Il va se sentir plus impliqué au moment de l'achat du produit s'il connaît l'histoire qu'il y a derrière sa création.



8 - Synthèse

Globalement, l'entreprise USM est très bien implantée sur internet. Ils sont à jour sur de nombreux points. Le parcours d'achats est correct, il permet au client de façonner le meuble à sa vision. Un bon service client est proposé avec un contact facile et efficace ainsi que la proximité quasi obligatoire d'un client par rapport à un showroom dû à la multitude de showroom partenaire ou officiel dans le monde. L'entreprise gère à la fois sur le côté B2B comme sur l'aspect B2C.

L'entreprise est présente sur tous les réseaux sociaux actuels, les poste y sont mis à jour quasiment quotidiennement.

USM fait un vrai effort pour sortir de la case mobilier de bureau en mettant en avant sur la première page du site Web la catégorie Home.

Néanmoins nous pouvons remarquer que quelque point qui nécessiterait une vraie amélioration.

Tout d'abord au niveau du parcours d'achat en ligne. Usm dispose certes d'une boutique en ligne mais elle est uniquement disponible sous un autre url/site que le site de base de l'entreprise. Cela est mauvais car un client qui vise à acheter par exemple un meuble sur le site d'USM risque de se perdre entre les 2 sites. Cela est peut-être compensé par le fait que les ventes d'USM ont l'air d'être faites principalement par des entreprises concurrentes. Il est toutefois primordial de disposer d'un parcours d'achat simple et facile d'utilisation sur le site mère.

Ensuite, au sujet des réseaux sociaux. C'est une bonne chose d'être présent partout, il n'empêche qu'avoir par exemple un compte twitter qui tourne dans le vide n'est peut être pas très intéressant. D'autant plus que sur ce compte twitter, USM n'a pas de contact direct avec la communauté.

Nous proposons donc de rétablir le focus de la marque sur les réseaux qui marche le mieux quitte a complètement quitté les réseaux inutiles. Nous proposons donc un focus sur Pinterest même s'il est déjà bien gérer actuellement ainsi que sur Instagram.

Ces deux réseaux sont primordiaux pour l'entreprise car ce sont des réseaux ou les gens regardent beaucoup de publications dites lifestyle.

Sur Instagram, on pourrait imaginer que l'entreprise pourrait se rapprocher un peu plus de la communauté par exemple avec des concours permettant de booster un peu les comptes tout en faisant participer la communauté.

Au niveau de la gestion des mobinautes, il faut vraiment l'optimiser car comme vu plus, le mobile est aujourd'hui un acteur majeur dans le trafic web. Il est primordial qu'un client puisse avoir la même expérience sur ordinateur et téléphone.

A notre avis la version mobile du site peut être extrêmement optimisée. En regardant le site web de la concurrence (Vitra) on remarque que leur site est compatible mobile, du site à la boutique et au configurateur de meuble. Un effort sérieux est à fournir à ce niveau là. Et pour en finir avec l'achat, un focus sur Instagram serait intéressant car avec la nouvelle fonctionnalité shopping d'Instagram USM pourrait vendre ses meubles directement au travers de l'application.

9 - Sources

https://www.usm.com/fr-ch/

https://www.vitra.com/fr-ch/home

https://www.instagram.com/usmmodularfurniture/

https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/digitalisation-industrie-meuble

https://www.e-marketing.fr/Thematique/management-1090/Dossiers/Repositionnement-Comment-reussir-arrivee-inopinee-nouveau-marche-234610/usm-reussite-conquete-234611.htm#

https://www.simon-bureau.com/mobilier-bureau-marques-151.html

https://www.usm.com/fr-ch/office/a-propos-d-usm/durabilite/

https://fr.wikipedia.org/wiki/USM_Haller

https://www.marketresearchreports.com/gir/global-indoor-furniture-market-2020-company-regions-type-and-application-forecast-2025

https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/furniture-market

https://www.rts.ch/play/tv/t-t-c--toutes-taxes-comprises/video/les-meubles-usm?urn=urn:rts:video:6871910

https://www.omniconvert.com/what-is/scroll-map/

https://whatcms.org/?s=www.usm.com%2Fen-us%2Fmodern-home%2Fhomepage%2F

https://www.e-newspaperarchives.ch/?a=d&d=LLE20020209-01&e=-------fr-20--1--img-txIN-usm-------0-----

https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/