

Case Study

UN TAUX DE CONVERSION DE 19% SUR TMALL POUR CURAPROX DE CURADEN

En collaboration avec Webrepublic, l'entreprise de soins bucco-dentaires Curaden a établi en peu de temps un concept pour son expansion vers le marché chinois. Malgré le caractère complexe du e-commerce dans ce pays, l'entrée sur le marché B2C a été un succès.

SITUATION DE DÉPART

Curaden AG est l'une des plus grandes marques de soins bucco-dentaires de Suisse. Sous la marque Curaprox, Curaden confectionne des brosses à dents et des produits de soins de grande qualité. Curaden est actif sur le marché chinois depuis 2015 par le biais de son partenaire B2B.

En 2019, l'entreprise s'est tournée vers Webrepublic avec l'envie d'ouvrir une boutique en ligne dédiée au marché chinois. Ce qui paraît simple de prime abord s'accompagne toutefois de plusieurs défis: les barrières culturelles mais aussi linguistiques ainsi que la complexité de l'environnement digital de la Chine ont demandé une attention toute particulière.

OBJECTIFS

- ★ Transmission du savoir-faire concernant l'environnement du e-commerce chinois
- ★ Constitution d'une équipe Curaprox indépendante en Chine
- ★ Ouverture d'un flagship store sur une plateforme chinoise d'e-commerce

MESURES

Webrepublic conseille Curaden dans ce projet, non seulement concernant la publicité digitale, mais son soutien comprend également un Business Development et un marketing digital complets spécifiques au marché chinois. Pendant le projet, les obstacles les plus importants ont été les suivants:

- ★ S'imposer comme une marque «Swiss Made» de qualité au lieu de se livrer à une concurrence avec les acteurs internationaux déjà établis
- ★ La logique complexe et spécifique du e-commerce en Chine
- ★ La constitution d'une équipe locale en Chine

Afin de surmonter ces difficultés, Webrepublic a mis en place les mesures suivantes de manière concrète:

- ★ Atelier en deux parties dans le but de transmettre un savoir-faire général quant au e-commerce chinois puis transmission de connaissances quant à la création d'une boutique en ligne et aux talents nécessaires pour ce faire – dont un plan spécifique pour la fête des célibataires, la journée générant le plus gros chiffre d'affaires de l'année Commerce en ligne en Chine
- ★ Médiation et coordination de la communication interculturelle entre l'équipe de Suisse et celle de Chine
- ★ Sélection de la plateforme d'e-commerce (Tmall vs JD) pour le flagship store
- ★ Evaluation de la performance du e-commerce et développement de nouvelles propositions

RÉSULTATS

- ★ Mise en place réussie d'une nouvelle équipe Curaprox Chine
- ★ Ouverture d'une boutique phare sur Tmall à temps pour la fête des célibataires avec un excellent taux de conversion de 19%
- ★ De bons chiffres de vente pour la fête des célibataires qui a eu lieu quelques jours à peine après le lancement de la boutique en ligne

