

 Consumer Videos

Comment Decathlon donne la parole à de vrais cyclistes en vidéo pour présenter sa gamme de vélos Van Rysel

CAS CLIENT – DECATHLON VAN RYSEL

 Skeepers

DECATHLON
VAN RYSEL



Le Client



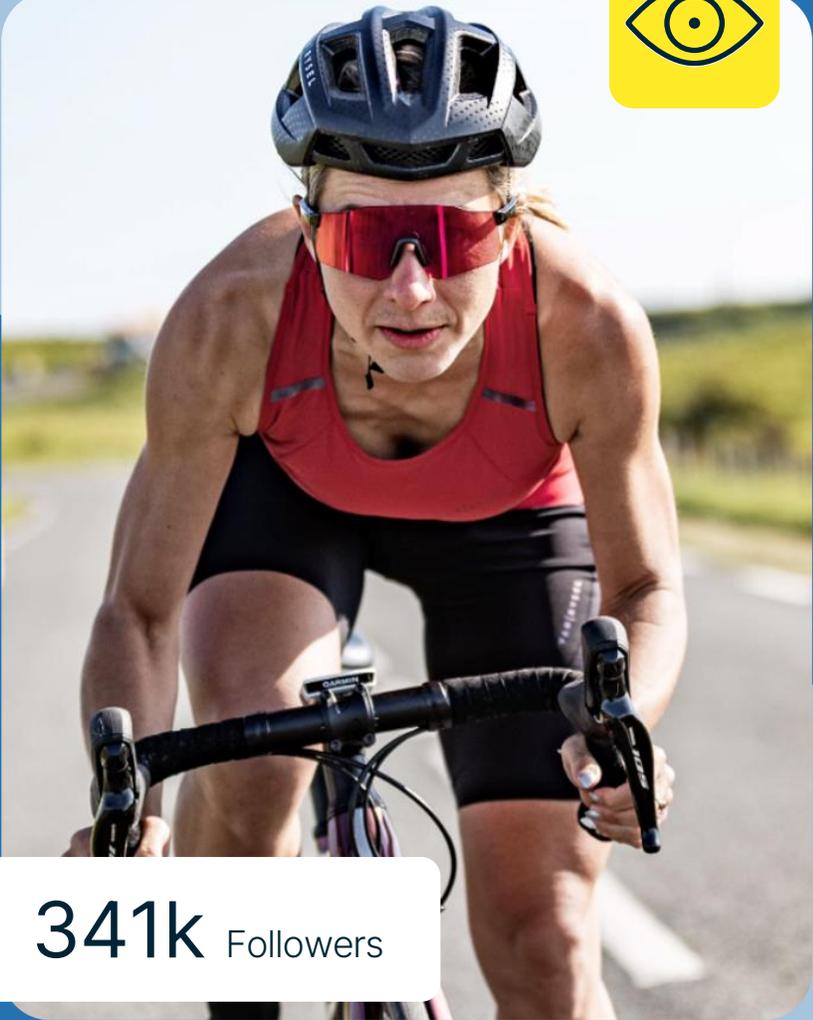
À la recherche de performance sans compromis

Van Rysel est une marque du groupe Decathlon depuis 2019, regroupant sa gamme de vélos de route les plus sportifs, orientés vers la compétition.

La marque est présente sur le site internet de Decathlon, avec des références de vélos, chaussures, casques, textile à destination des cyclistes.

Decathlon Van Rysel a choisi notre solution Sleepers pour recueillir et diffuser les témoignages vidéo de ses clients.





341k Followers



SECTEUR D'ACTIVITÉ

Sport



SITE WEB

www.decathlon/van-rysel.fr



CLIENT SKEEPERS DEPUIS

2020



PRODUITS SKEEPERS

Consumer Videos



Contexte et objectifs



Humaniser l'expérience d'achat à travers une communauté de passionnés

Le cyclisme est un sport pointu, rassemblant une communauté forte de sportifs experts.

Decathlon Van Ryssel souhaitait améliorer la visibilité de ce sport et démontrer la qualité de ses produits par un moyen innovant. La marque a alors décidé de donner la parole à de vrais cyclistes pour partager leur expérience et leur avis en vidéos.

L'objectif : mettre ses experts passionnés au cœur de sa communication pour booster la notoriété de la marque et augmenter ses ventes.



Solution



Créer et diffuser des vidéos consommateurs

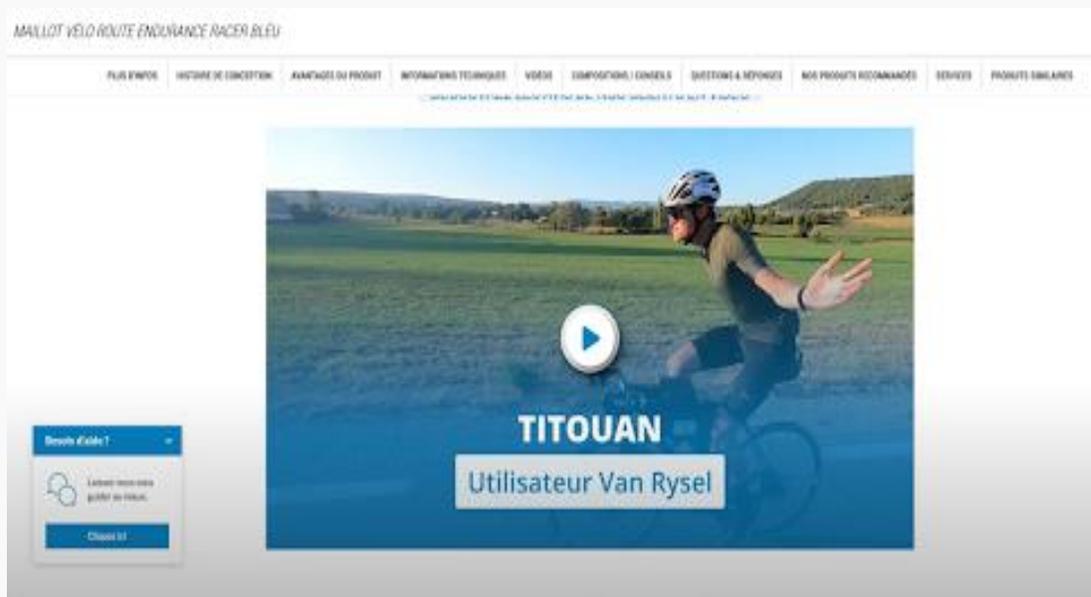
Van Rysel a utilisé notre solution pour impliquer sa communauté de clients et les inviter à créer des vidéos, ensuite postées sur les pages produits du site de manière optimisée pour le e-commerce :

Cette solution a permis de :

- Identifier les meilleurs profils de client cyclistes pour représenter la marque.
- Simplifier le processus de création de vidéos avec une assistance étape par étape.



Solution



- Éditer et optimiser automatiquement les vidéos pour le e-commerce.
- Publier automatiquement les vidéos sur les fiches produits concernées et sur les autres canaux marketing.
- Analyser le taux d'implication des vidéos, l'impact sur les ventes et le SEO.

Les vidéos ont été optimisées et publiées sur les fiches produit de l'e-commerce et sur la chaîne YouTube de la marque.



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your UGC Content

[Book a Demo](#)

