

CAS CLIENT – AUBADE

Comment Aubade utilise l'avis client comme levier d'innovation ?



Aubade
PARIS

CAS CLIENT – AUBADE

Le Client



Aubade est une entreprise de lingerie made in France. Depuis plus de 60 ans, l'entreprise met son savoir-faire au service de sous-vêtements élégants, confortables et de grande qualité.

Si depuis sa création, les produits ont évolué (avec notamment une collection Homme), Aubade conserve une mission bien précise : apporter du bien-être aux clients, grâce à une lingerie confortable, innovante et qui apporte une sensualité au toucher.

Et pour partir à la conquête de ce bien-être, Aubade compte sur ce qu'elle a de plus précieux : ses client(e)s. Depuis 2018, l'entreprise s'appuie sur la solution Avis Vérifiés pour collecter, modérer et diffuser la Voix du client. Les avis collectés et analysés sont une mine d'or : de nombreuses initiatives ont d'ailleurs été propulsées par les clients... Prêts à les découvrir ?





SECTEUR D'ACTIVITÉ

Vêtements & Accessoires



SITE WEB

www.aubade.fr



CLIENT AVIS VÉRIFIÉS DEPUIS

2018



PRODUITS AVIS VÉRIFIÉS

Avis marque

Avis produits



Mariette RIEUSSET

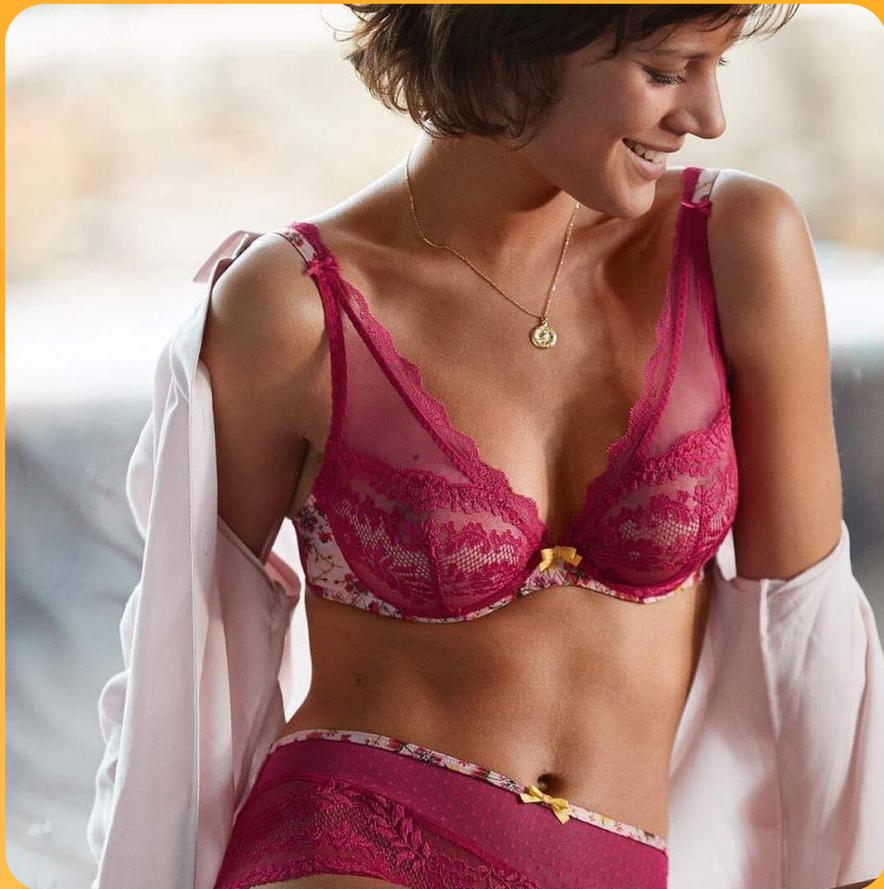
Head of Ecommerce

« Chez Aubade, la notion de plaisir est importante, mais celle de confort l'est tout autant. Nos produits et nos services sont au service du bien-être. Et il n'y a rien de plus satisfaisant que de collecter l'avis d'une cliente qui explique avoir retrouvé confiance en son corps grâce à notre lingerie ! »

[Voir la vidéo](#)



Challenges



Ajuster le management grâce à la voix du client

“L’avis d’une cliente sur un soutien-gorge Aubade, c’est un peu comme le conseil d’une copine, qui a essayé le produit et le recommande à son amie”. Pour Mariette Rieusset, Head of Ecommerce, les avis clients relèvent le challenge suivi : faire preuve de réassurance tout au long du parcours client.

Les avis collectés et diffusés créent une bulle de confiance, qui rassure avant de passer à l’achat. Chaque avis contribue à l’amélioration de l’expérience client, puisque les potentiels acheteurs bénéficient de retours d’expérience transparents.



Challenges



Rassurer les internautes avec des avis authentiques

En interne, les avis clients aident aussi la marque à adapter sa stratégie managériale. Un responsable de la satisfaction client a été nommé pour analyser les avis clients et mettre en place des plans d'action adaptés.

Son rôle est central dans l'amélioration de l'expérience client. Il modère les avis, apporte des solutions personnalisées aux clients, identifie les problématiques rencontrées en boutique ou via le e-commerce...

In fine, la gestion des avis clients permet d'ajuster le management avec rapidité et agilité. Mais ce n'est pas tout : les avis clients contribuent aussi à la démarche d'innovation d'Aubade !



L'avis client : un levier d'innovation



Les avis en ligne ne sont pas seulement des moteurs décisionnels à l'achat pour les clients. Pour Aubade, ce sont aussi des mines d'or d'inspiration pour faire preuve d'amélioration continue !

Voici 5 projets d'innovation mis en place grâce aux avis clients :

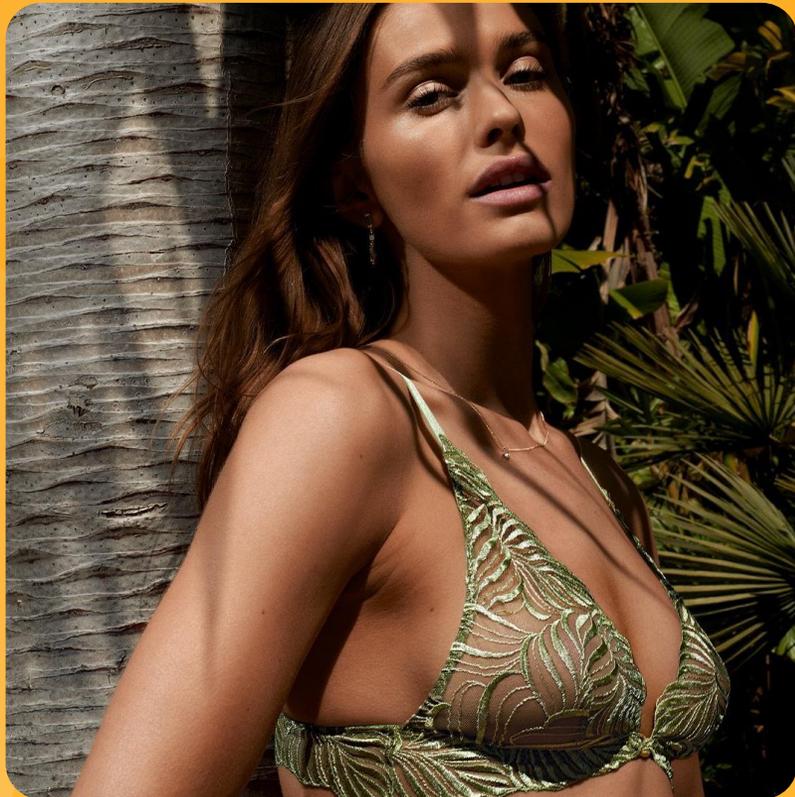
1. Développement des soutiens-gorges sans armatures

Aujourd'hui, les femmes souhaitent une lingerie confortable et non contraignante. Aubade s'est appuyé sur les demandes de ses clientes, à la recherche de soutiens-gorges sans armatures... Et grâce à la Voix du client, ces modèles ont vu le jour en boutique et en ligne !



CAS CLIENT – AUBADE

L'avis client : un levier d'innovation



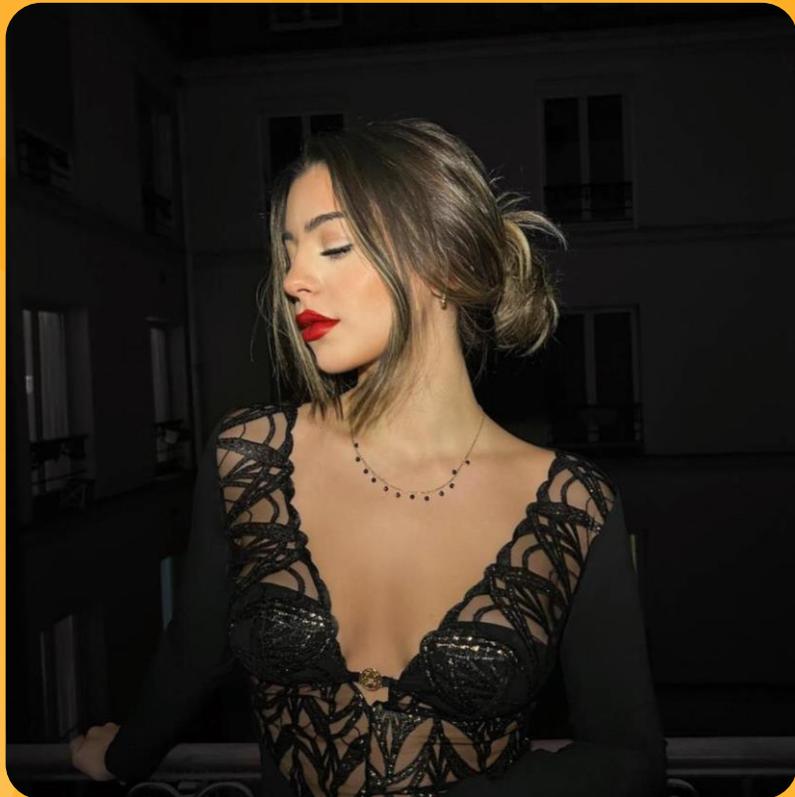
2. Développement d'une ligne web exclusive à partir des besoins client online

En partant des avis clients collectés et d'une analyse poussée de mots clés, la marque a pu ajuster sa collection en ligne en créant des pièces fortement demandées.

Le succès fut tel que tous les canaux (retail et détaillants) ont souhaité ouvrir cette collection à la vente omnicanale !



L'avis client : un levier d'innovation



3. Retours offerts en boutique

Pouvoir ramener un produit en boutique sans frais était un des souhaits des clients, exprimé à travers les avis post-achat.

Aussitôt demandé, aussitôt appliqué... Aubade propose désormais un service de retour offert en magasin.

4. Évolution du packaging cadeau

Les trois intentions d'achat principales chez Aubade sont les suivantes : acheter pour le confort, acheter pour la sensualité... Mais aussi acheter pour offrir !

Pour répondre à ce besoin précis, la marque a fait évoluer son packaging cadeau vers un modèle plus premium.



CAS CLIENT – AUBADE

L'avis client : un levier d'innovation



5. Création d'un nouveau calendrier annuel

Tous les ans à l'approche des fêtes, Aubade édite un calendrier en série limitée. Pendant de nombreuses années, le format du calendrier n'était pas adapté lors de la livraison, et se retrouvait parfois gondolé ou plié.

Les avis clients ont aidé à faire évoluer le calendrier vers un format bureau plus petit, pratique et écologique.

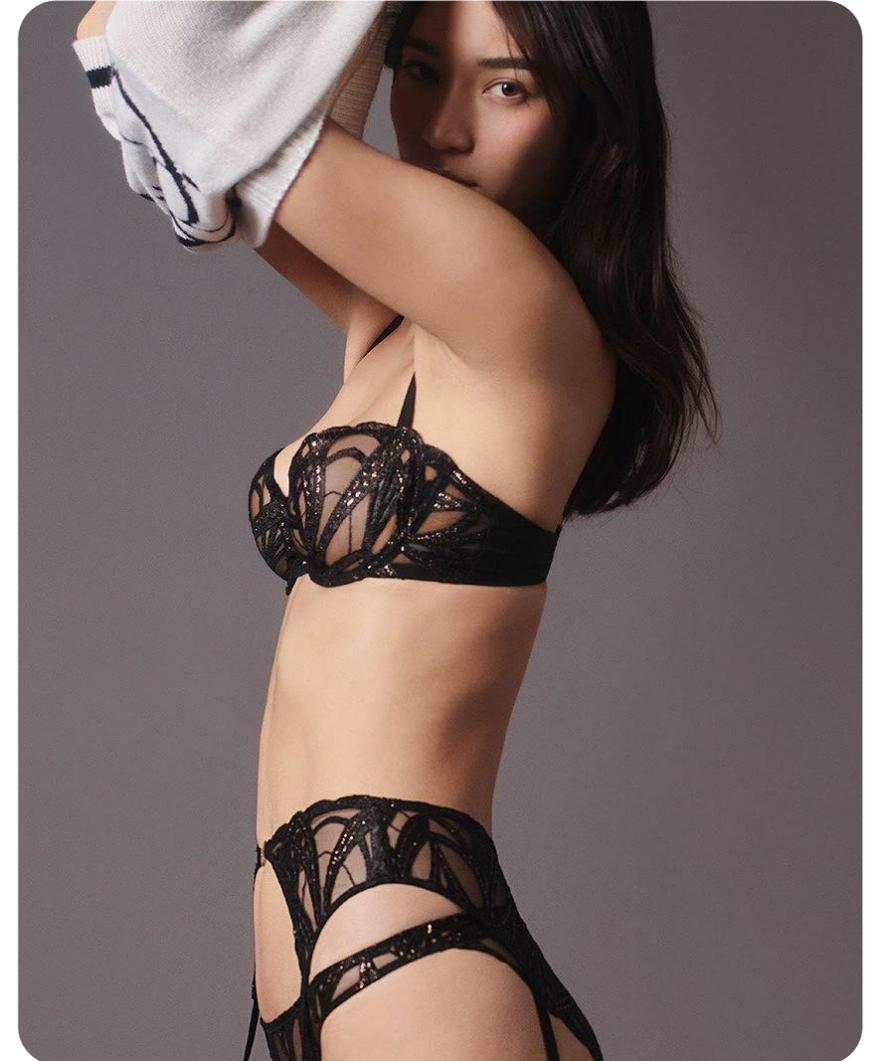


4 raisons de faire confiance à avis vérifiés

La fiabilité avant tout !

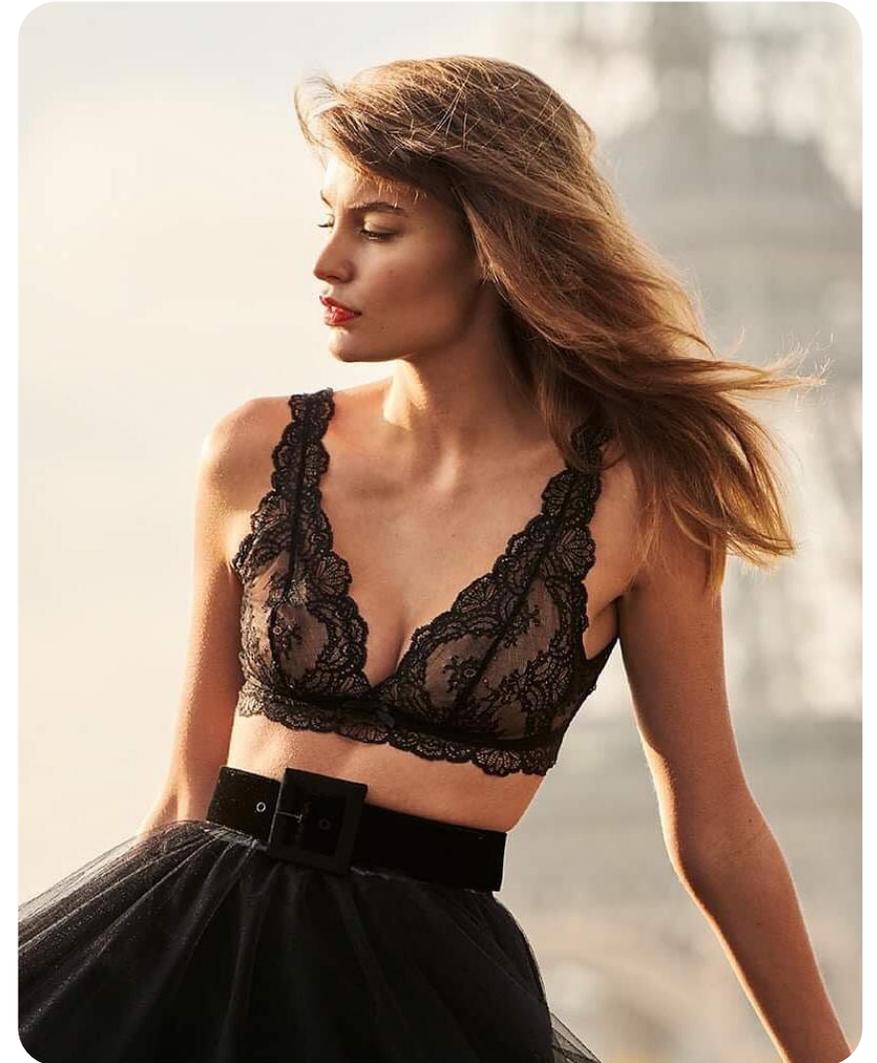
A la question “Pourquoi avoir choisi Avis Vérifiés ?”, Aubade répond par 4 raisons :

- L'importance du “made in France” et de la crédibilité, critères essentiels pour le choix des partenaires. Pour Mariette Rieusset, Avis Vérifiés est un partenaire français qui prône fiabilité, authenticité et réactivité.
- La qualité des fonctionnalités de la solution, notamment sur la partie modération et extraction des avis. La prise en main de l'outil se fait simplement. Des améliorations et innovations fréquentes sont proposées, pour optimiser l'usage d'Avis Vérifiés !



CAS CLIENT – AUBADE

- La recommandation d'Avis Vérifiés par d'autres marques proches d'Aubade. Les consommateurs ne sont pas les seuls à faire confiance aux recommandations de leurs pairs... Les marques aussi, se basent sur ce critère de confiance pour choisir leurs partenaires !
- Les bénéfices offerts par la démarche d'écoute client, pour proposer des produits et services adaptés aux attentes des clients. Avis Vérifiés aide Aubade à toujours être dans une démarche d'amélioration

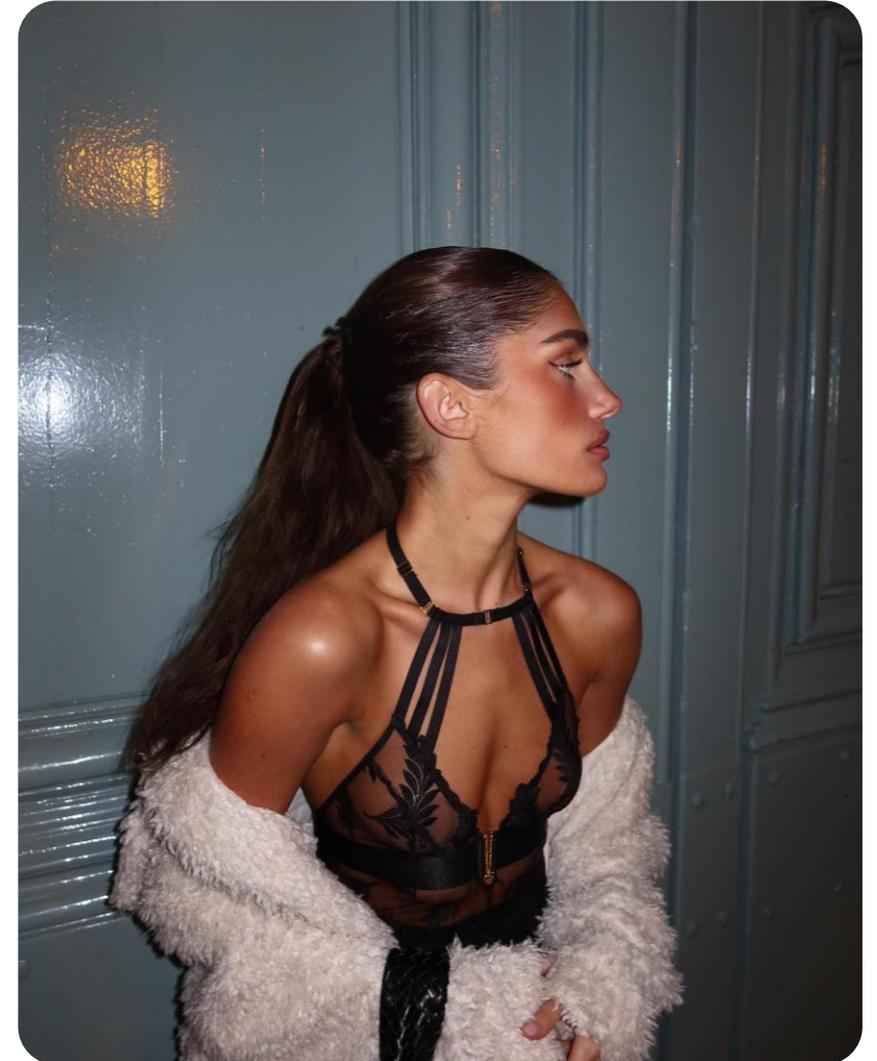


Les prochaines étapes

Aubade (comme l'ensemble des marques) entre dans une nouvelle ère. La crise sanitaire a redessiné les comportements clients, les attentes, les parcours d'achat... Et l'entreprise compte continuer d'innover, pour enchanter ses clients.

Parmi ses prochaines étapes, la marque se prépare à :

- **Proposer la meilleure expérience d'achat possible**, notamment en ligne. Avec l'essor du e-commerce en période de crise, le défi est d'assurer une logistique optimale de A à Z. Tout au long du parcours client, l'enjeu est également d'améliorer la communication avec les clients, afin de lui faire passer les bons messages, au bon moment et bon endroit.
- **Continuer de développer le social shopping**, grande tendance proposée par Aubade Paris qui ravit les clients connectés. Grâce aux lives shopping, l'entreprise renforce la proximité avec ses acheteurs, tout en répondant aux nouvelles attentes d'instantanéité.

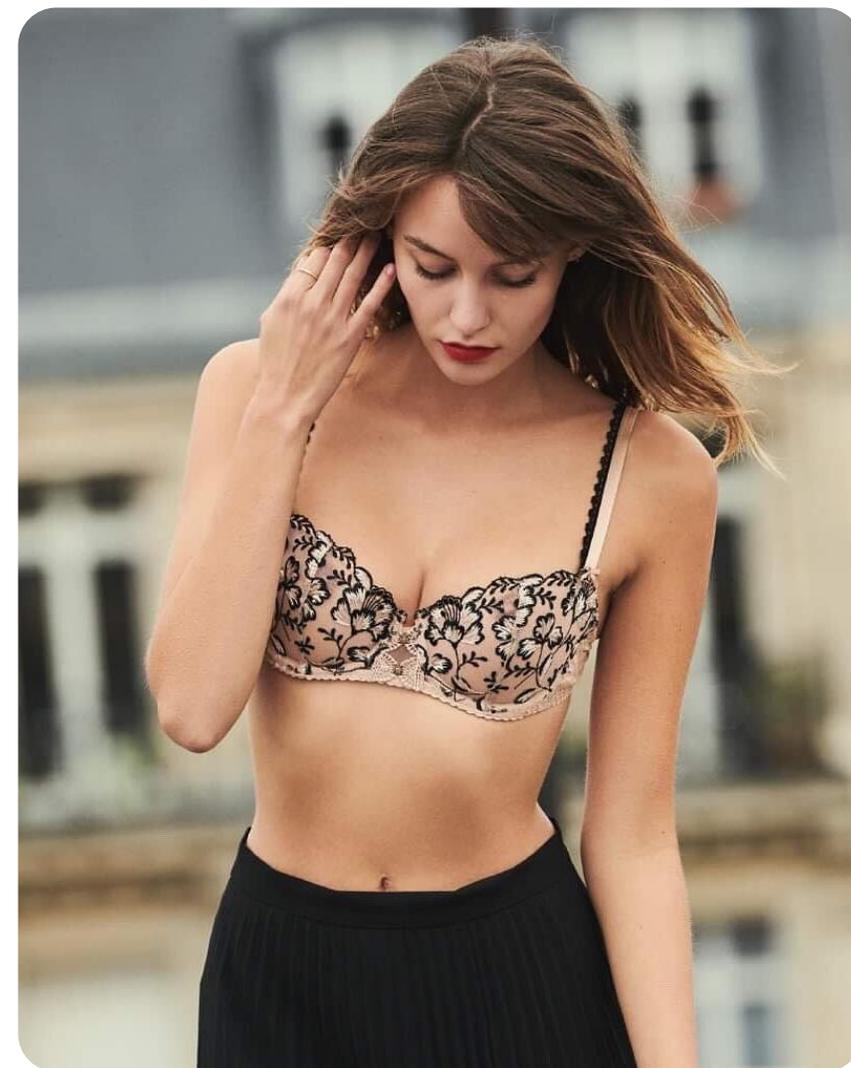


CAS CLIENT – AUBADE

- Poursuivre l'amélioration de la satisfaction client, qui frôle déjà l'excellence avec plus de 95 % de clients satisfaits ! En ligne ou en magasin, l'objectif reste de viser les 5 étoiles.

9,5/10

note moyenne



CAS CLIENT – AUBADE

Solution





**Avis
Vérifiés**

by  Skeepers

Every Opinion Matters

[Demander une démo](#)

