



MILLÉSIMA
BORDEAUX

Budowanie zaufania
dzięki opiniom klientów

MILLÉSIMA

BORDEAUX



Rok założenia
1983



Zasięg
14 krajów



Główna siedziba
Bordeaux, Francja



Członkostwo
w Trusted Shops
od 21 września 2016 r.



Strona internetowa
www.millesima.com



Liczba wersji stron
internetowych
15



Eksport do
> 12 krajów

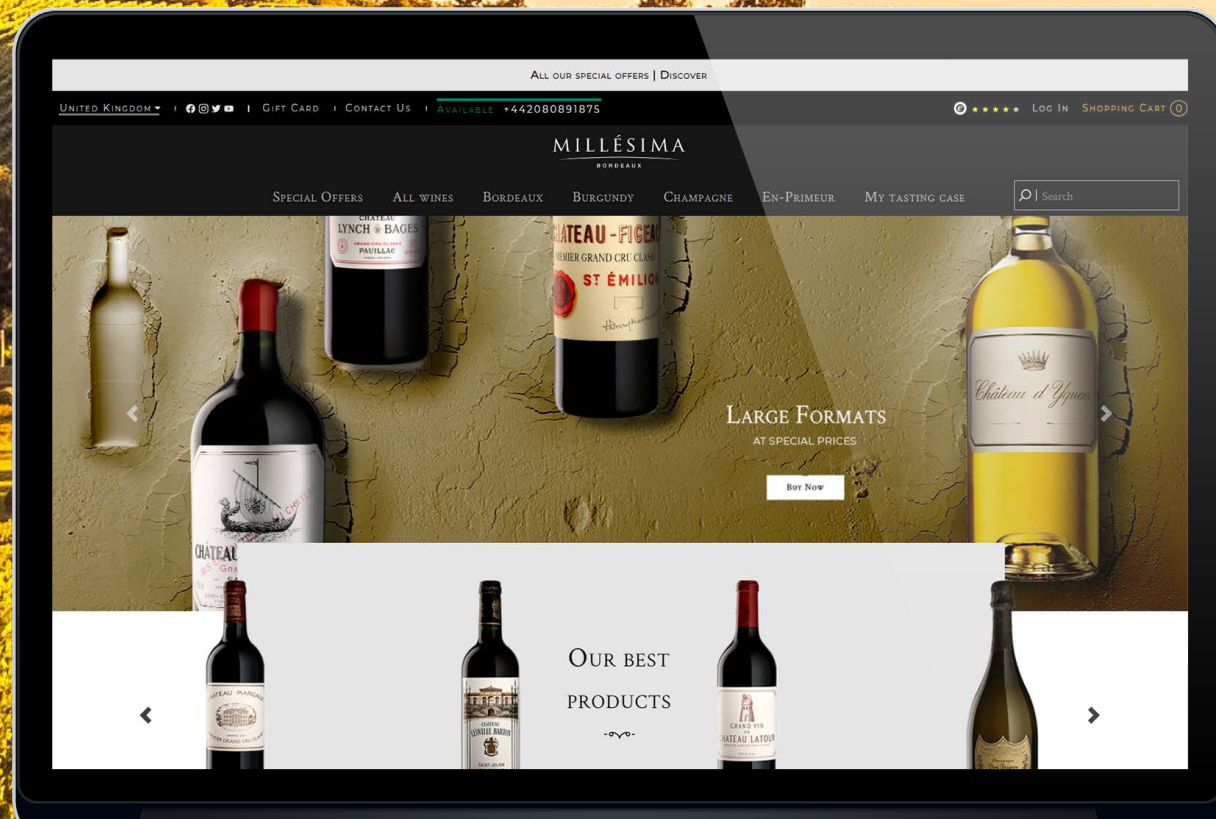


Platforma e-commerce
IBM WebSphere Commerce

Jaka jest tajemnica firmy, która w 2018 r. odnotowała prawie 80 mln euro obrotów?

Kilka kluczowych danych:

- Obroty: 77 mln EUR w 2018 r.
- Średnia wartość koszyka: 1000 EUR
- Obecność (kraje): 14
- Liczba odwiedzających stronę/rok: 3,5 mln
- Liczba klientów: 150 000
- Liczba produktów: 12 000



Ochrona
Kupującego



4.44

Dobry

Od małej firmy rodzinnej do ekspertów e-commerce

PATRICK BERNARD



FABRICE BERNARD

Patrick Bernard od początku wiedział, że aby rozwijać biznes, potrzebne jest coś więcej niż tylko dobry pomysł: należy też wprowadzać innowacje, przewidywać, dostosowywać się i wykorzystywać możliwości.

Lucien Bernard: początek rodzinnego biznesu

Wszystko zaczęło się w 1928 roku, kiedy Lucien Bernard założył firmę zajmującą się handlem winem.

Stworzenie przedsiębiorstwa nastawionego na szacunek dla konsumentów, produktów i producentów było koncepcją założyciela od samego początku. Koncepcją, która pozostaje dobrze zakorzeniona w wartościach firmy.

Patrick Bernard : pionier e-commerce

W 1983 roku wnuk Luciena, Patrick Bernard, urozmaicił działalność firmy, tworząc firmę Vins des Grands Vineyards, znaną dziś jako Millésima.

Otwierając stanowisko négociant en vins (sprzedawcy wina) w kontekście B2C, stworzył tę pozycję na nowo.

Wykorzystując trend sprzedaży wysyłkowej, w 1997 r. Patrick Bernard uruchomił pierwszą stronę internetową Millésima.

Fabrice Bernard : następne pokolenie

Dziś Fabrice Bernard, prawnuk Luciena Bernarda i syn Patricka Bernarda, stoi na czele rodzinnego biznesu.

Kontynuuje on rodzinną tradycję: jasną wizję wyzwań biznesowych jutra!

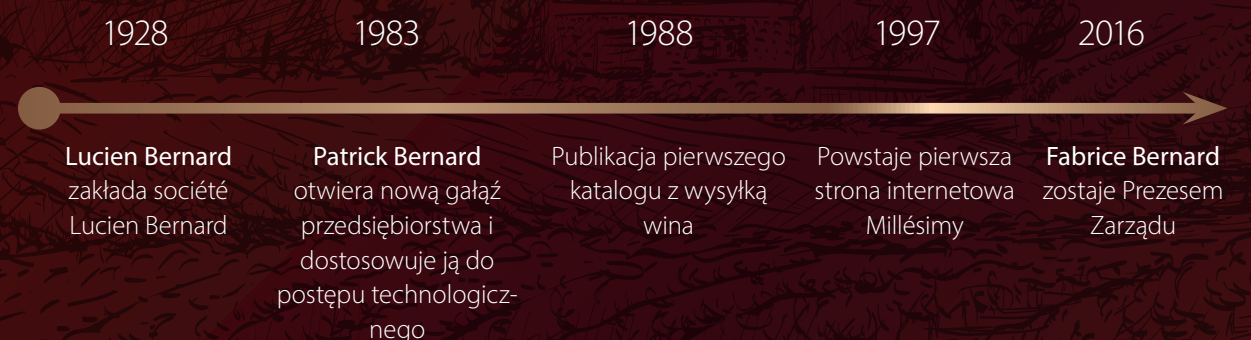


Jedno z największych wyzwań Millésimy? Tworzenie relacji opartej na zaufaniu

Podważając zasady panujące w branży, Patrick Bernard musiał przekonać największe zamki w Bordeaux o słuszności ich modelu biznesowego i pokazać im, że jest to świetna okazja, jeśli chodzi o wizerunek marki. Ponadto musiał też przekonać konsumentów do tego nowego sposobu kupowania wina.

Patrick Bernard był zmuszony udowodnić swój profesjonalizm konsumentom, którzy nie byli przyzwyczajeni do kupowania od kogokolwiek poza klasycznymi sprzedawcami. Już na samym początku 1983 roku musiał wykazać rentowność wysyłkowej sprzedaży wina.

Historia rodziny tocząca się wraz z rozwojem społecznym, handlowym i technologicznym



Debiut zakupów online

W 1997 r. wyzwaniem było uruchomienie pierwszej strony internetowej Millésimy. Patrick Bernard po raz kolejny miał znaleźć sposoby, aby zapewnić swoich potencjalnych klientów o bezpieczeństwie i niezawodności zakupów online. Ryzyko Millésimy się opłaciło – odnieśli sukces.

Pomimo początkowych zwycięstw Patrick Bernard wiedział, że prawdziwy potencjał Millésimy nie został jeszcze osiągnięty. Wiedział, że firma może i osiągnie więcej; większą sprzedaż na większej ilości rynków. Następnie kontynuowano misję: podbij świat hasłem „buduj zaufanie”.



Początek współpracy z Trusted Shops

Decydując się na rozpoczęcie działalności na nowych rynkach, należy koniecznie dostosować do nich swój biznes.

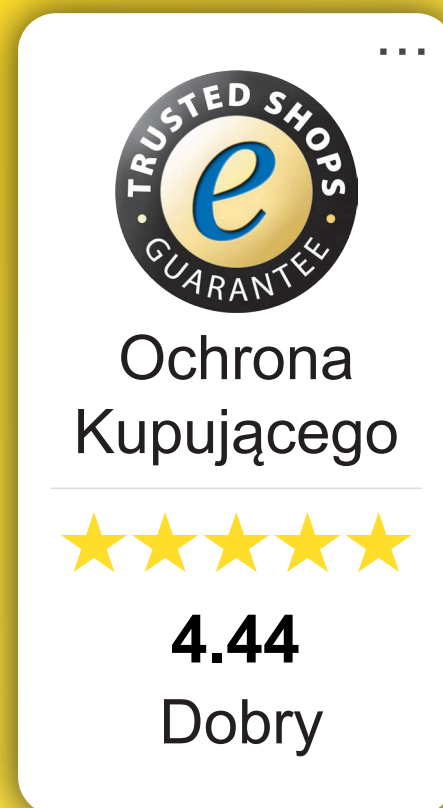
Kluczowe jest zatem znalezienie najbardziej kompetentnych partnerów. Dla Millésimy niezbędna była potrzeba budowania zaufania, zwłaszcza ze względu na ich wysokie średnie wartości koszyka.

Przedsiębiorstwo musiało znaleźć partnerów zdolnych do zaspokojenia

tej potrzeby, przy jednoczesnym poszanowaniu specyfiki kulturowej poszczególnych rynków.

W 2016 roku rozpoczęto współpracę z Trusted Shops. Millésima została członkiem, aby móc wyświetlać opinie klientów i znak jakości Trusted Shops. Trustbadge® pozwala markom wyświetlać różne elementy zaufania bezpośrednio na stronie internetowej.

+7,3% wzrost średniej wartości koszyka po integracji Trustbadge



“Jakość produktów Trusted Shops, łatwość integracji i profesjonalizm ich ekspertów, którzy są łatwo dostępni i wielojęzyczni, przekonały nas, aby skorzystać zarówno z systemu opinii klientów, jak i znaku jakości na wszystkich naszych rynkach”.

Ingrid Miossec,
Marketing Manager w Millésima.

Ingrid jest odpowiedzialna za rozwój e-commerce oraz tworzenie nowych i odpowiednich ofert. W Millésimie pracuje od września 2014 roku.



Opinie klientów

Wybór sprawdzonych i autentycznych opinii klientów oznacza dostarczenie dowodu społecznego odwiedzającym.

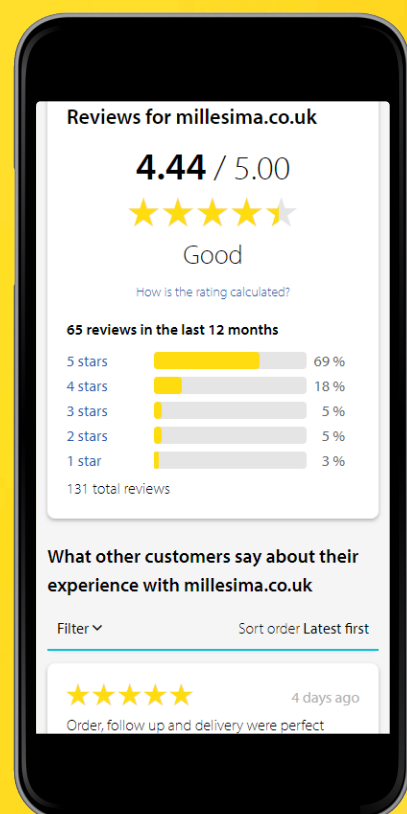
Jest to tym bardziej konieczne w cyfrowym świecie, w którym interakcje z konsumentem stały się normą.

Wyniki:

- 🍷 +5% współczynnik konwersji
- 🍷 Większa satysfakcja klienta
- 🍷 Mniej zwrotów
- 🍷 Większe zaufanie między Millésimą i jej klientami
- 🍷 Lepszy wskaźnik retencji
- 🍷 Większa responsywność
- 🍷 Uproszczona i szybsza interakcja z klientami



Trustbadge



Opinie klientów

Znak jakości

Aby uzupełnić opinie klientów, Millésima wybrała znak jakości Trusted Shops.

Jest on uzyskiwany po przeprowadzeniu przez ekspertów Trusted Shops analizy, biorącej pod uwagę pewną liczbę kryteriów jakości. Po tym audycie Millésima może zaoferować swoim klientom 30-dniową gwarancję zwrotu pieniędzy.

Kryteria uzyskania certyfikatu opierają się na prawie konsumenckim, ochronie danych (RODO) i wszystkim innym, co jest niezbędne do dokonania bezpiecznego zakupu w internecie.

Dzięki uzyskaniu znaku jakości, Millésima może skorzystać w jeszcze większym stopniu z Trustbadge, dostawialnego i dyskretnego elementu, który potwierdza jakość usług sklepu.

“Znak jakości daje naszym klientom pewność, że nasza strona jest w 100% niezawodna, a gwarancja zwrotu pieniędzy działa jako prawdziwy element zaufania”.

Ingrid Miossec

Wyniki:

- 🍷 Zmniejszenie wskaźnika porzuconych koszyków
- 🍷 +7,3% średniej wartości koszyka
- 🍷 +42% konwersji*

* Dla klientów, którzy zdecydowali się na gwarancję zwrotu pieniędzy Trusted Shops w porównaniu z tymi, którzy tego nie zrobili

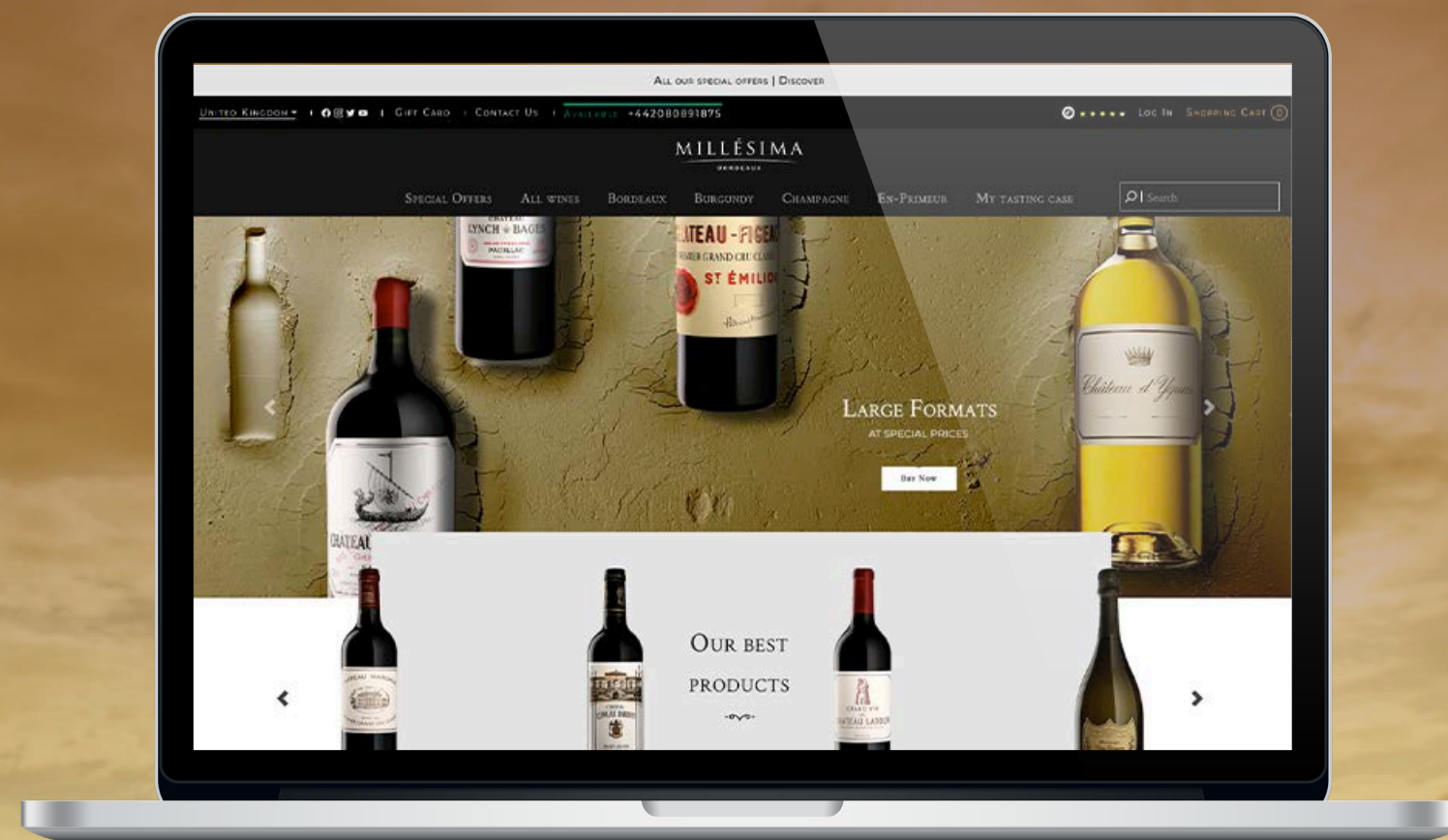
Nieoczekiwane korzyści ze współpracy z Trusted Shops

To był tylko wierzchołek góry lodowej. Analiza satysfakcji klienta i informacji przekazywanych w czasie rzeczywistym pozwoliła Millésimie pójść jeszcze dalej:

zidentyfikować nowe możliwości biznesowe i poprawić swoje wewnętrzne procesy.

Nieoczekiwane korzyści

- 💡 Przebudowa systemu logistycznego
- 🛒 Nowe rodzaje opakowań produktów
- 🗣️ Wykorzystanie opinii klientów jako narzędzia zarządzania
- 🛍️ Nowe strategie biznesowe
- 📞 Ponowne przemyślenie obsługi klienta
- 👉 Lepšie zarządzanie zasobami ludzkimi



Przebudowa systemu logistycznego

Każda negatywna ocena lub ocena poniżej 5 gwiazdek systematycznie podkreślała rozczarowania związane z dostawą i czasem transportu.

Na podstawie tych informacji zwrotnych Millésima utworzyła audyty

wewnętrzne w celu identyfikacji ewentualnych punktów do poprawy w krótkim okresie, a następnie zaplanowanie tych, które będą wymagały gruntownej przebudowy.

Całkowita restrukturyzacja obejmująca:

- 🍷 zmianę niektórych firm transportowych,
- 🍷 restrukturyzację systemów logistycznych dla dostaw międzynarodowych,
- 🍷 nowe zasady z bezpłatną wysyłką do niektórych krajów,
- 🍷 optymalizacja e-maili pozwalających na śledzenie przesyłki.

Dostosowanie opakowań dla bardziej niezawodnych dostaw

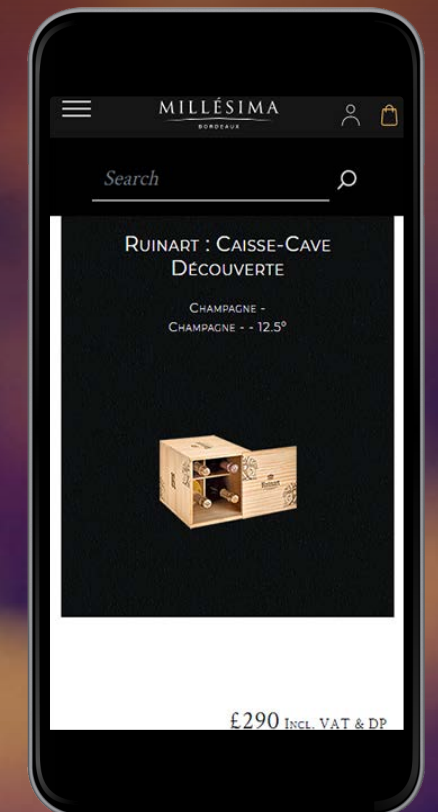
Wcześniejsze opinie klientów często informowały o problemach z opakowaniami podczas procesu dostawy.

Biorąc pod uwagę te opinie, Millésima była w stanie wprowadzić kilka zmian w swoich procesach, ale także przekonać winiarnie do wprowadzenia pewnych zmian.

Stworzyło to dla Millésimy realną szansę na poprawę poziomu satysfakcji klienta i budowanie lojalności.

Wewnętrznie – wdrożenie usługi Chronopost Chrono Viti – nowego, bezpieczniejszego systemu transportu butelek

Zewnętrznie – Winiarnie chronią skrzynki, aby uniknąć zakłócenia integralności butelek przez pieczęci celne lub inne etykiety.



Restrukturyzacja obsługi klienta i nastawienie na jego satysfakcję

Millésima wyraźnie rozumie wartość natychmiastowych i bezpośrednich interakcji ze swoimi klientami.

Odpowiedź na każdą opinię daje firmie możliwość zademonstrowania swoim klientom jakości usług i zaangażowania.

Bardziej ludzka twarz i większa przejrzystość: kluczowe elementy, które zwiększają zaufanie klientów do ich biznesu.

“Dziś tylko rozpatrywanie reklamacji nie wystarcza. Konieczne jest przekształcenie ich w możliwości. Z tymi możliwościami, mogliśmy pozwolić sobie na znaczny rozwój naszej sprzedaży”.

Ingrid Miossec

Nowe strategie biznesowe

Opinie klientów doprowadziły do zatrudnienia *sommeliery*.

Amerykańscy klienci bardzo chwalili zespół w sklepie w Nowym Jorku, jednak ich opinie zidentyfikowały brak spersonalizowanych porad na stronie internetowej.

Ta informacja nie była znana przed wdrożeniem systemu opinii.

Zatrudnienie *sommeliery* umożliwiło Millésimie pozyskanie i utrzymanie klientów o wysokiej sile nabywczej.

Opinie klientów jako narzędzie zarządzania

Klienci często wspominają o sprzedawcach w opiniach. Millésima nie waha się przekazać im tej informacji zwrotnej, aby zachęcać ich do komunikacji w większym stopniu zorientowanej na klienta.

Istotne jest uświadomienie wszystkim pracownikom firmy, jak ważna jest satysfakcja kupującego.

Kiedy wszystko idzie zgodnie z planem, jaki jest lepszy sposób na potwierdzenie dobrze wykonanej pracy i zasadności podjętych środków, niż dzielenie się pozytywnymi opiniami klientów?

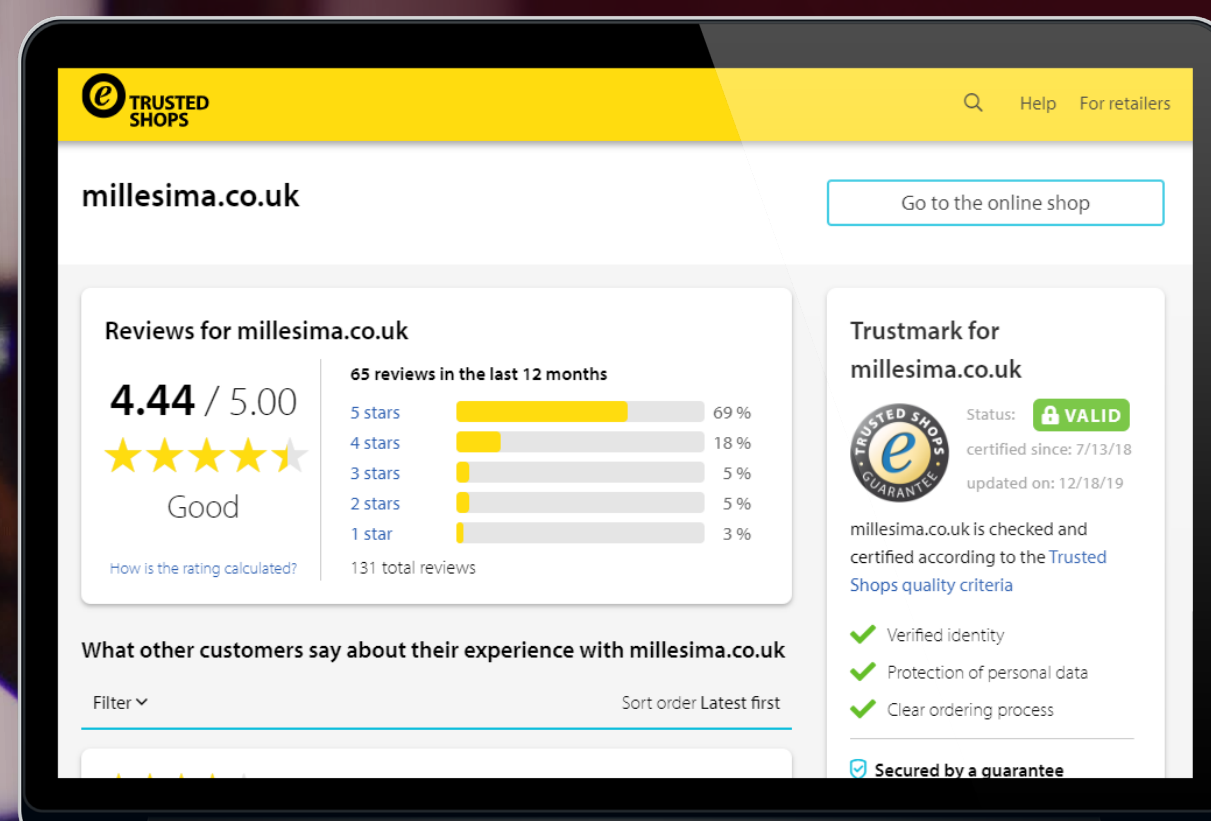
Opinie klientów jako wskaźniki potrzeb kadrowych

Opinie klientów pozwoliły Millésimie uświadomić sobie znaczenie posiadania pracownika, który specjalizuje się w procesach logistycznych, a także w imporcie i eksporcie.

Potrzeba włączenia osoby zajmującej się zarządzaniem relacjami między Millésimą a jej dostawcami i klientami wewnątrznymi wydawała się oczywista,

podobnie jak podczas konfigurowania strategii przeprojektowania logistyki.

Przez opinie klientów ujawnione zostały ważne decyzje, co z kolei pozwoliło usprawnić procesy dostaw i zaoszczędzić na wielu kwestiach.



Przyszłe projekty?

- 🍷 Stawianie czoła kolejnym poważnym zmianom w świecie e-commerce.
- 🍷 Dalsze wykorzystywanie opinii klientów jako narzędzia marketingowego.
- 🍷 Wzmocnienie systemu CRM o cenne dane poprzez zdefiniowanie kategorii klientów na podstawie ich feedbacku.

- 🍷 Wdrażanie zróżnicowanych działań marketingowych w zależności od recenzji: pozytywnych lub negatywnych.
- 🍷 Sporządzanie raportów ilościowych podkreślających związek między ocenami klientów a średnią wartością koszyka.

Dalszy podbój świata... z Trusted Shops jako sprzymierzeńcem

Dostosowanie oferty Trusted Shops do naszych produktów to dobrodziejstwo jeśli chodzi o profesjonalizm, zadowolenie klienta i jego lojalność.

Niektóre wina mogą być spożywane nawet 10 lat po zakupie. Trusted Shops dostosowuje obecnie swoją ofertę, by opinie mogły być dostępne także dla tego typu produktów.



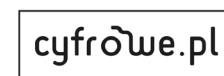
Trusted Shops to zaufanie w e-commerce

Z ponad 20-letnim doświadczeniem i ponad 30 000 sklepów, Trusted Shops jest wiodącą europejską marką w e-commerce. Dzięki znakowi jakości Trusted Shops e-sklepy pokazują, że spełniają surowe kryteria jakościowe – nawet takie wykraczające poza wymogi prawne.

Obejmuje to m.in. odpowiedzialne postępowanie z danymi osobowymi i rzetelną obsługę klienta. Ochrona Kupującego Trusted Shops umożliwia zakupy bez ryzyka finansowego. Opinie o sklepach i produktach zapewniają maksymalną przejrzystość i są sprawdzane pod kątem autentyczności.




Ponad 30.000
zadowolonych klientów w Europie



Trusted Shops – zaufany partner w e-commerce



Masz pytania dotyczące
oferowanych przez nas rozwiązań?
Chętnie Ci pomożemy!

 **+48 22 462 6400**

sales@trustedshops.com