



ÉTUDE DE CAS

manomano



13 MILLIONS D'EUROS
LEVÉS EN 2016



PLUS DE 1 000 000 DE
PRODUITS DISTRIBUÉS



20 CONSEILLERS
APRÈS-VENTE

LE CHALLENGE

ASSURER UN
SERVICE CLIENT
EN AVANT-VENTE
RÉACTIF ET
QUALITATIF TOUT EN
ÉTANT SCALABLE

Créé en 2011 par deux voisins de bureau, passionnés de Bricolage et de nouvelles technologies, ManoMano est une place de marché dédiée aux produits Brico-Déco et Jardin. Comme toute marketplace, ManoMano ne dispose pas de stocks, mais se positionne comme un intermédiaire de confiance entre le client et le marchand. C'est donc par sa capacité à choisir les meilleurs spécialistes, proposer les meilleurs prix mais aussi la meilleure expérience client que ManoMano est devenu une référence pour tous les bricoleurs européens.

LA SOLUTION

10 EXPERTS IBBÜ POUR UN SERVICE CLIENT EN AVANT-VENTE HYPER QUALITATIF ET SCALABLE


Comme tout intermédiaire, ManoMano se doit d'être disponible et réactif pour répondre aux questions de ses clients et prospects. Chloé Martinot, Head of Product Management, s'est donnée comme mission de rendre « *scalable le service client en avant-vente* », c'est-à-dire multiplier la capacité de ManoMano à apporter la meilleure réponse à un maximum de visiteurs tout en maîtrisant la rentabilité. Pour cela, Mano-Mano a fait le choix de focaliser son service client interne sur les problématiques après-vente et, en parallèle, de proposer aux visiteurs ayant des questions en avant-vente, d'échanger avec des experts passionnés, non salariés de l'entreprise.

Deux étapes ont marqué cette recherche de scalabilité. Fin 2014, ManoMano a décidé de proposer à ses visiteurs en avant-vente une assistance par chat communautaire via la solution Howtank, avant de se tourner courant 2016 vers le service ibbü proposé

par iAdvize, faisant appel à des experts passionnés, rémunérés pour donner des conseils par Chat depuis le site de la marque.

NOUS SOMMES PASSÉS DE 15 À 80 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2 ANS. NOTRE PROBLÉMATIQUE ÉTAIT DE POURSUIVRE CETTE CROISSANCE SANS FAIRE GROSSIR LE SERVICE CLIENT SELON LA MÊME TENDANCE ET DE GÉRER LES FLUX DE MANIÈRE INDUSTRIELLE TOUT EN DONNANT À NOS CLIENTS UN OUTIL QUI LEUR PERMET D'AVOIR LE CONSEIL LE PLUS AUTHENTIQUE ET EXPERT POSSIBLE, AU BON MOMENT. AVEC IBBÜ, ON EST TOUS SUR LE MÊME DISCOURS : LE SERVICE APPORTÉ AUX CLIENTS. PARCE QUE LES EXPERTS SONT RÉMUNÉRÉS, NOUS AVONS AVEC EUX UNE RELATION Saine ET EXIGEANTE.

Chloé Martinot, Head of Product Management

 **Besoin d'aide ?**

Un expert est disponible pour vous répondre en direct.

POSEZ VOTRE QUESTION



EN CHIFFRES

10

Experts ibbū sélectionnés suite au Qüizz sur 4 thématiques : plomberie, électricité, jardinage et bricolage général

Aujourd'hui, le service client professionnel de ManoMano est composé d'une vingtaine de conseillers. Ils interviennent uniquement sur des problématiques de service après-vente. En parallèle, ManoMano fait appel à 10 Experts ibbū qui assistent les visiteurs sur des problématiques d'avant-vente. Leur taux d'occupation est de 82 % et ils traitent en moyenne 1,47 contact en simultané.

La sélection de ces Experts est basée sur un questionnaire co-conçu par iAdvize et ManoMano. Vendeur en magasin de bricolage, blogueur sur la thématique, chef de chantier, plusieurs maisons rénovées à leur actif... Une dizaine de profils, avec un niveau d'expertise en bricolage ou jardinage très élevé, ont été pré-sélectionnés puis validés par ManoMano (voir interview page suivante). Ils se connectent quand ils le souhaitent, sans aucune obligation, depuis leur mobile ou ordinateur. Ils sont rémunérés à la performance et gagnent 3% des ventes générées à la suite de leur conseil. Cela permet à ManoMano de dégager un ROI et aux Experts de compléter leurs revenus à hauteur de

150 à 200 euros par semaine.

MOINS D'ANIMATION, PLUS DE QUALITÉ

Autre critère qui a conduit ManoMano à opter pour ibbū : réduire le temps passé à animer et maintenir la communauté. Le gain de temps est devenu un des indicateurs principaux de scalabilité de son service client avant-vente.

C'EST UNE ERREUR DE PENSER QU'OPTER POUR UN CHAT COMMUNAUTAIRE, AVEC DES AMBASSADEURS NON RÉMUNÉRÉS, N'A PAS DE COÛT HUMAIN. AVANT, NOUS AVIONS UNE PERSONNE À PLEIN TEMPS DÉDIÉE À L'ANIMATION DE NOTRE COMMUNAUTÉ. EN INTÉGRANT LA RÉMUNÉRATION, IL N'EST PLUS NÉCESSAIRE D'Y PASSER AUTANT DE TEMPS.

Avec Howtank, les ambassadeurs que les équipes de ManoMano avaient recrutés elles-mêmes avaient



acquis un statut particulier, parfois difficile à modérer. « La réalité est que ce sont des gens qui atteignent un statut d'ambassadeurs puissants, se sentent très reconnus et indispensables. La relation s'inverse. Vous êtes dépendants de ces gens-là. Et ils peuvent prendre des libertés sur lesquelles vous n'avez pas de contrôle ». Faire appel à une communauté rémunérée permet de se montrer plus exigeant vis-à-vis des Experts, freelance fournissant une prestation de service. La notion de rémunération entraîne, selon Chloé Martinot, un professionnalisme qui se ressent fortement dans les conseils délivrés.

Les Experts ibbū n'hésitent pas à passer du temps avec les visiteurs pour répondre à leur besoin : une conversation avec l'un d'eux dure en moyenne 20 minutes, soit 2,5 fois plus longtemps que celle d'un agent Chat salarié. L'impact du bon conseil se ressent également sur les ventes. Au-delà de convertir 20% des visiteurs assistés en clients, le panier moyen est 36% supérieur à celui de l'ensemble des visiteurs du site.

+36%

augmentation du panier moyen après un échange avec un Expert ibbü

20 min.

Durée moyenne d'une conversation avec un Expert ibbü

20%

taux de conversion après un échange avec un Expert ibbü



TÉMOIGNAGE

3 QUESTIONS À BENOÎT, EXPERT IBBÜ BRICOLAGE

Romancier, Benoît se définit comme un homme de passions. Il conseille les internautes de ManoMano depuis quelques mois. Pour lui, ibbü est avant tout une activité plaisir qui réunit beaucoup de ses centres d'intérêt : le bricolage, le digital et le partage des expériences.

1 D'OÙ VIENT VOTRE PASSION POUR LE BRICOLAGE ?

J'ai toujours été un très gros bricoleur. J'ai dirigé une entreprise dans le bâtiment pendant huit ans, je tiens un blog depuis 15 ans et j'ai retapé plusieurs maisons des murs à l'électricité, en passant par la plomberie. C'est aussi lié à ma passion des vieilles pierres. Pour entretenir mon expertise, je me promène beaucoup sur Internet et je suis copain avec tous les vendeurs des magasins de bricolage !

2 A QUELS TYPES DE QUESTIONS RÉPONDEZ-VOUS ?

Je les classerais en 4 catégories : recherche de produits, caractéristiques des produits, conseils et divers (garanties, frais de port, etc.). On commence réellement à entrer dans la partie Conseils lorsque l'internaute demande des infos qu'il n'a pas trouvées sur la fiche produit. Mais je peux aller jusqu'à expliquer comment changer sa baignoire et quel matériel sera nécessaire pour le faire.

3 COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS VOTRE STYLE PAR CHAT ?

J'aime parler et écrire. Donc les deux se mélangent dans mes chats. J'ai un style décontracté : des expressions simples, des mots courts... Je pense que beaucoup d'internautes n'imaginent pas qu'ils sont entrain de discuter avec une personne de presque soixante ans ! Pour moi, le chat se rapproche vraiment d'une conversation orale. C'est très complémentaire de mon blog.