

**Expérience client**

**Prix**

**Offre**

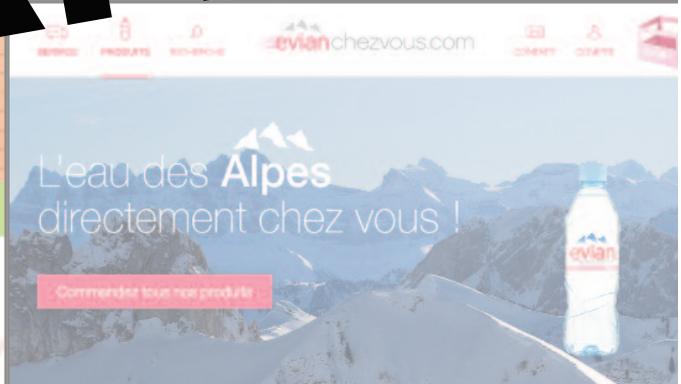
**Services**

Benchmark des stratégies de vente directe de 50 marques de la grande conso

# DIRECT **TO** CONSUMER 2019



**EXTRAIT**



# C'EST QUOI ?

Vendre en direct aux consommateurs (**DIRECT TO CONSUMER**) l'idée n'est pas nouvelle pour les marques. Toutefois, le chemin de l'idée à la réalisation s'est considérablement raccourci à l'ère digitale. Conséquence : le nombre de marques "jouant à la marchande" ne cesse de s'accroître à l'image de Bonne Maman, fin 2018, ou plus récemment de Bic.

Certes, la distribution est un métier à part entière et tout le monde ne peut y prétendre. Certes, aucun produit de grande consommation ne peut avoir la prétention de se passer des linéaires des hypers et supermarchés, mais la tentation de prendre en main une part de sa diffusion est grande tant les raisons de franchir le pas sont nombreuses :

- **mieux connaître les clients finaux**, comprendre leurs attentes et les parcours d'achat,
- **maîtriser la data** découlant de cette relation client,
- **tester en direct de nouveaux produits** (la gamme Lindt Lait 45 %, 55 % et 65 % a d'abord été lancée sur le site et dans les magasins de la marque)
- **adresser une nouvelle clientèle** (en marge de son site de vente Blondépil, a ouvert une e-boutique dédiée aux hommes)
- **proposer une autre expérience client** (la livraison à domicile pour Evian),
- **développer de nouveaux services** (l'abonnement pour Gillette, la personnalisation pour Lutti),
- **se positionner sur un nouveau marché** (Bic s'est lancé sur le créneau du "système" avec un site d'abonnement pour les lames)

- **investir une nouvelle occasion d'achat** (les idées cadeaux ne manquent pas sur les sites de Bonne Maman, Maille, Evian ou Ricard)
- **promouvoir un mode de consommation** (à l'instar du site Destination Cocktails de La Martiniquaise)
- **s'affranchir des limites du commerce physique** (largeur d'offre, horaires, localisation, saisonnalité)
- ...

Si, en comparaison des circuits traditionnels, l'expérience du **DIRECT TO CONSUMER** n'est qu'un levier limité du chiffre d'affaires d'une marque, les gains de marge ne sont pas négligeables et l'image de marque s'en trouve indéniablement confortée.

Avec cette étude **DIRECT TO CONSUMER**, Editions Dauvers a souhaité analyser et benchmarker les stratégies et pratiques de 50 marques de PGC qui ont choisi d'adresser directement le consommateur via magasins physiques ou sites internet.

Offre (largeur, dédiée ou non), prix, livraison (mode, prix), services (abonnement, personnalisation...), best/worst practices... Ce benchmark très détaillé et richement illustré se veut une source d'inspiration indispensable pour les intervenants ayant d'ores et déjà une approche **DIRECT TO CONSUMER** ou s'interrogeant sur la nécessité de franchir le pas.

**Jean-Philippe GALLET**  
Editeur

# SOMMAIRE

- **Méthodologie** ..... 4
- **Synthèse** ..... 13
- **Les Indispensables** ..... 36
- **26 marques "majeures"** ..... 43
- **24 autres marques** ..... 374

**DIRECT TO CONSUMER**  
2019

# MÉTHODOLOGIE

# MÉTHODOLOGIE **Champs d'étude**

## • **Sont pris en compte :**

- Les sites de ventes en ligne
- Les magasins physiques
- La vente à domicile (1 cas)

## • **Sont exclus :**

- Les magasins d'usine
- Les pop-up stores par nature éphémères (physiques ou en ligne)
- Les sites de type "club" permettant aux clients d'acquérir des accessoires contre des points (exemple Senséo).
- Les sites de marques où il est possible d'acheter un produit via une passerelle "clic&buy" vers le site d'une enseigne drive ou Amazon.
- Les marques qui vendent via des marketplaces comme Amazon et Cdiscount (seule exception : Signal, le temps de l'étude, est passé d'un site de vente en direct à une boutique sur Amazon).

# MÉTHODOLOGIE **Marques étudiées**

- **26 marques "MAJEURES"** faisant partie du Top 200 des marques de PGC les plus vendues en GMS selon Nielsen



Les 200 marques du classement Nielsen ont été passées au crible. 24 ont été retenues, auxquelles s'ajoutent les signatures de Pernod Ricard et celles de La Martiniquaise qui, respectivement, font l'objet d'une initiative commerciale multi-marques.

- **24 AUTRES marques** de PGC vendues en GMS



Seules les marques vendues en GMS ont été étudiées. C'est pourquoi Nespresso, marque majeure du phénomène Direct to Consumer n'en fait pas partie.

**DIRECT TO CONSUMER**  
2019

# SYNTHÈSE

# SYNTHÈSE

- **Canaux de vente**..... **15**
- **WEB : sites de ventes et sites de marques**..... **18**
- **Offre**
  - des sites multi-marques..... **19**
  - les exclusivités..... **20**
  - les produits dérivés..... **21**
  - les idées cadeaux..... **22**
  - la vente en grandes quantités ..... **23**
- **Positionnement prix**
  - DTC vs. HM/SM..... **25**
  - les promotions permanentes..... **26**
- **Relation-client**
  - la générosité des marques..... **27**
  - la newsletter pour garder le contact..... **28**
- **Services**
  - la livraison..... **29**
  - la personnalisation..... **32**
  - l’abonnement..... **34**
  - autres services..... **35**

# SYNTHÈSE **Offre**

## > les **produits dérivés**

Pour conforter leur image de marque tout en maximisant leur panier moyen, nombre de marques proposent une gamme plus ou moins large de produits dérivés. Une offre complémentaire pouvant revêtir diverses formes : depuis les "goodies" aux couleurs de la marque (du lapin Cassegrain à la carafe Ricard jaune, en passant par le service à café Illy), jusqu'aux accessoires propres à un rituel de service ou de consommation.

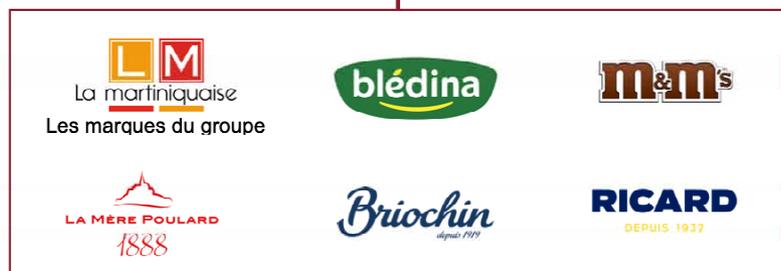


**1** marque sur **3**  
vend des produits dérivés

# SYNTHÈSE Services

> la livraison : la gratuité

**1** marque sur **10**  
qui livre ne fait  
pas de gratuité  
(même pour des paniers élevés)



Les - élevés	Le + "déplacé"	Le + élevé
<i>blondépil</i>		
<b>Gillette</b>	<b>PRUNILLE</b>	<b>Nicolas Feuillatte</b>
<b>15 €</b>	<b>100 €</b>	<b>250 €</b>

seuil moyen de  
commande pour la  
livraison gratuite

**53,50 €**

15 à 49 €

**48 %**  
des marques

50 à 250 €

**39 %**  
des marques

# L'INDISPENSABLE N°2



**VENTE À DOMICILE**



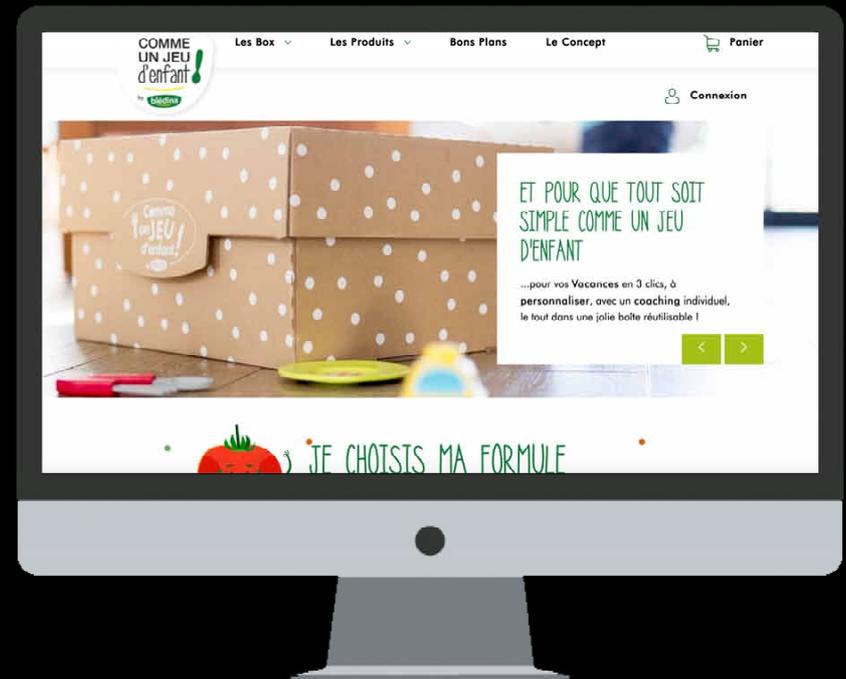
pour

LA STRATÉGIE  
D'INNOVATION  
COMMERCIALE  
ET LA  
MULTIPLICATION  
DES INITIATIVES DTC



BlédiShop

p. 46



Comme un jeu d'enfant

p. 56



# Une variété de lots livrés chez vous

JE DÉCOUVRE

Nos bons plans du **Mois**



Une variété de lots  
livrés chez vous

CE QU'IL FAUT **SAVOIR...**

Nos bons plans du **Mois**



shop.bledina.com

- Sur Blédishop, les produits Blédina ne sont proposés qu'en lots (exemples : 3 boîtes de lait, 48 brassés).

ORIENTATION DU SITE

Transactionnelle + + + + +

Relationnelle + + + + +

## ASSORTIMENT

**128** références

**Gammes** Nb réfs.

Laits et Petits Déjeuners **22**

Cœur de repas **76**

Goûters et Desserts **19**

Les Récoltes Bio **13**

Les Box **2**

Offres exclusives

Peu



Beaucoup

## POSITIONNEMENT PRIX

**+ 1 %**

vs. prix moyen France

Exemple



Blédina  
Pack Gourdes Lactées Fraise

23,00 €

Lot 24 x 85g

**3,83 €** l'unité vs. **3,65 €** (HM/SM)

## SERVICES

- **Livraison**

Forfaits pour la livraison à domicile ou en points relais :

**4,50 €**, **6,50 €**, **8,50€...**

selon volume de la commande

- **Personnalisation**

2 concepts de box :

*ma 1<sup>re</sup> petite* BOX

Avec un petit pot au nom de l'enfant

MA BOX SUR MESURE

Je personnalise ma box pour mon bébé.

Composition sur-mesure du contenu



# Une variété de lots livrés chez vous

## CE QU'IL FAUT **VOIR**...

Nos bons plans du **Mois**



# 1 - Blédishop

(e-boutique)

## PANACHAGE



Blédina  
Pack Les Brassés Fraise

24,50 €

Lot 48 x 95g



Blédina  
Pack Douceurs au Fromage Blanc...

15,00 €

Lot 20 x 100g



Blédina  
Pack Biscuits dès 10 mois

10,00 €



Surtout des lots homogènes mais aussi quelques lots "panachés" pour faire découvrir les différentes recettes.

## INCOHERENCE



Délai de livraison annoncé à 72 h en page d'accueil mais 4 à 30 jours dans les CGV. A quoi se fier ?

### 6.2 Dates de livraison

Le délai de livraison sera indiqué dans le récapitulatif de commande et il est compris dans un délai entre 4 jours à trente jours à compter de la validation de la commande.

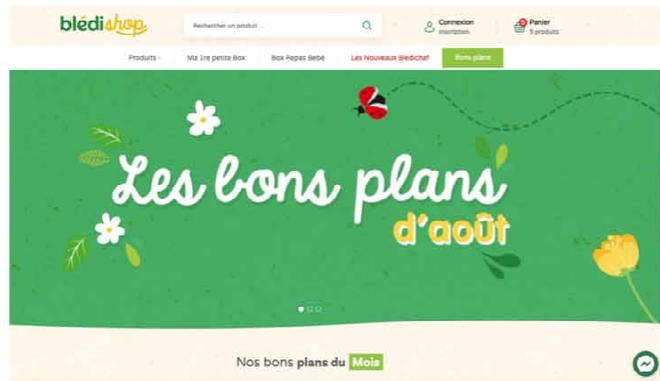
il est compris dans un délai entre 4 jours à trente jours à



# 1 - Blédishop

(e-boutique)

## PROMOTION



Seulement 3 bons plans... décevant !

### Les Bons Plans

Retrouvez tous les mois nos bons plans et profitez de réductions jusqu'à -30% sur une sélection de produits. Ces produits sont vendus avec une durée de consommation minimum supérieure à 60 jours.



dès 8 mois

-30%

Blédina  
Pack Blédine Miel & Briochée  
dès...

12,25 € ~~17,50 €~~ Lot 6 x 500g



dès 18 mois

-30%

Blédina  
Pack Blédichef Farandole de...

11,55 € ~~16,50 €~~ Lot 9 x 260g



dès 12 mois

-30%

Blédina  
Pack Blédichef Riz filet de...

11,55 € ~~16,50 €~~ Lot 9 x 230g





# 1 - Blédishop

(e-boutique)

## MARKETING

**Avantage d'avoir son propre site de vente :**  
 pouvoir présenter et expliquer les gammes de produits.

**NOS DÉLICIEUSES RECETTES BLÉDICHEF**  
 inspirées de nos régions

**Blédichef de nos Régions**

Parce que l'hexagone recèle de recettes qui sont autant de pépites gastronomiques à faire découvrir à votre tout-petit, notre chef est allé piocher dans le répertoire de la cuisine française pour adapter et concocter de bons plats gourmands comme le bœuf façon bourguignon et ses petites pâtes.

RECETTES INSPIRÉES DU MONDE    RECETTES INSPIRÉES DE NOS RÉGIONS    RECETTES DE LA MER    RECETTES DU SOIR

**DES RECETTES de nos terroirs**

Blédina  
 Paek Blédichef Eminé de pommes...

16,50 €    Lot 9 x 250g

- 1 + Ajouter

**DES PETITS PLATS qui font voyager**

Blédina  
 Paek Blédichef Petits spaghetti...

15,50 €    Lot 9 x 230g

- 1 + Ajouter

**NOS MEILLEURES RECETTES de la mer**

Blédina  
 Paek Blédichef Riz et lieu à la...

15,50 €    Lot 9 x 230g

- 1 + Ajouter

**DES PETITS PLATS pour une nuit paisible**

Blédina  
 Paek Blédichef Risotto aux...

14,50 €    Lot 9 x 230g

- 1 + Ajouter



# 1 - Blédishop

(e-boutique)

## FOCUS BOX

### ma 1<sup>re</sup> petite BOX

C'est le grand jour ! Le début de la diversification alimentaire pour mon bébé !



Ma première box contient

- Le 1er pot carotte au prénom de votre Bébé
- 16 1er petits pots pour 8 mono-saveurs

[En savoir plus sur ma box](#)



25,00 €



[Je personnalise mon pot](#)



Je saisis son prénom pour personnaliser son 1er petit pot

[Ajouter au panier](#)

Je souhaite offrir cette box

### LE CONTENU DE MA BOX

#### 17 POTS, 9 SAVEURS !

Pour bien commencer la diversification alimentaire de mon bébé, avec un pot personnalisé à son prénom.



Mon Premier Petit Carotte

Personnalisable



Mon 1er petit pot - Petits pois



Mon 1er petit pot - Artichauts



Mon 1er petit pot - Epinards



Mon 1er petit pot - Pommes



Mon 1er petit pot - Poires



Mon 1er petit pot - Bananes



Mon 1er petit pot - Haricots Verts

[Je commande](#)

#### LE GUIDE INDISPENSABLE

De 4 à 18 mois tout pour que la diversification alimentaire de votre bébé soit simple... comme un jeu d'enfant.



#### Tous les trucs d'Agnes

C'est Agnès qui partage les trucs, astuces et conseils pour réussir la découverte des saveurs et l'introduction des nouvelles textures.

#### La table des goûts

Découvrez à quel moment introduire les différents aliments. Et notez l'appréciation de votre bébé durant la grande aventure de l'apprentissage des goûts.

#### LE PAPIER À PETITES GRAINES DE CAROTTE

Un petit papier à planter pour passer du petit au grand pot ! Faites découvrir à votre bébé dans quelques mois de vraies carottes "maison".



Si le contenu de "Ma 1<sup>re</sup> box" est imposé (17 pots, 9 saveurs), l'étiquette d'un petit pot carotte est personnalisable.