

## « Une porte d'entrée sur de nouveaux clients »

**Expédié par Amazon ouvre de belles perspectives de développement commercial, même pour les entreprises de taille petite ou moyenne. Stéphanie Ducauroix, fondatrice et gérante de la société Les Poulettes Bijoux, en témoigne.**

Créée sur le web fin 2008, la société Les Poulettes Bijoux se présente comme une galerie en ligne commercialisant les réalisations de quatre créatrices artisanales, d'origines et de styles différents. Ce projet est né sous l'impulsion de la française Stéphanie Ducauroix, qui crée des bijoux depuis une quinzaine d'années. Sa partenaire polonaise, Maryla Dubiel, travaille l'argent, l'ambre et les perles. La collaboratrice espagnole, Rosa Mendez, est une spécialiste du verre. Enfin, Emily Shing, créatrice asiatique est plutôt une professionnelle du design. Elles se sont rencontrées au cours de salons professionnels, ont découvert qu'elles étaient très complémentaires, et ont finalement décidé de diffuser leurs créations sur Internet via le même canal, tandis que chacune continue parallèlement à vendre localement sa propre production.

Basée dans un petit village de l'Aisne, dans le nord de la France, la société a commencé à servir ses clients par l'intermédiaire d'un prestataire de proximité. « Vu la petite taille de notre activité et notre localisation, cela marchait assez bien, reconnaît Stéphanie, mais aucune de nous n'avait de compétences particulières en marketing et en commercialisation, des conditions indispensables pour faire grandir notre entreprise. » Elles ont donc décidé de vendre sur Amazon, puis, il y a six mois, de confier leur stock à Expédié par Amazon.

### Les bénéfices de la commande multiple

La créatrice détaille les trois raisons majeures qui ont conduit à ces choix. « L'objectif premier était bien sûr de développer nos ventes. En donnant la possibilité aux internautes de réaliser des achats croisés, Amazon favorise les commandes multiples : les clients qui viennent par exemple acheter un jouet peuvent également se trouver intéressés par un de nos bijoux. Nous apparaissions avec les fournisseurs d'autres catégories de produits mais aussi avec d'autres vendeurs de bijoux. Clairement, notre présence nous a ouvert une porte sur de nouveaux clients. »

« Si le panier moyen d'achat des Poulettes Bijoux se situe à 40 euros, les trois-quarts des transactions sont d'environ 15 euros », souligne Stéphanie Ducauroix. Pour elle, il était donc intéressant de passer à Expédié par Amazon parce que « sa logistique donne accès à des paliers de prix de livraison

### Exemples des tarifs Expédié par Amazon

#### Nouveaux Tarifs

	<b>Bracelet Trèfle Nacre et Perles d'Argent</b> (Prix: 15€ - Poids: 100g)	
	Frais de traitement de la commande	1.00 €
	Frais de préparation et emballage	0.75 €
	Frais de gestion en fonction du poids	1.00 €
	<b>Frais Expédié par Amazon</b>	<b>2.75 €</b>
	<b>Set Collier Bracelet Lien Perle de Culture</b> (Prix: 29€ - Poids: 40g)	
	Frais de traitement de la commande	1.00 €
	Frais de préparation et emballage	0.75 €
	Frais de gestion en fonction du poids	0.50 €
	<b>Frais Expédié par Amazon</b>	<b>2.25 €</b>

Les tarifs comprennent aussi le service clientèle ainsi que les frais de retour éventuel des marchandises.

**Les Poulettes**



Stéphanie Ducauroix -  
Fondatrice et gérante de  
"Les Poulettes Bijoux"

#### Produits

Bijoux

#### Historique

**Fin 2008** : Création de la société vendant en ligne

**Mi 2009** : Ouverture de la boutique sur Amazon.fr

**Fin 2009** : Souscription au programme Expédié par Amazon

« Près de 90 % des acteurs du secteur ont commencé par une distribution physique. Nous avons suivi le cheminement inverse. »

Stéphanie Ducauroix



*« Adopter Expédié par Amazon est une condition nécessaire pour maximiser les opportunités commerciales. C'est un facteur clé de l'efficacité marketing. »*

Stéphanie Ducauroix

relativement bas. Avec la commande multiple, nos clients peuvent bénéficier de la livraison gratuite à partir de 20 euros. Là encore c'est un avantage puisque cela nous permet d'élargir notre clientèle. » La troisième raison est tout aussi déterminante à ses yeux : « Le fait qu'ils soient particulièrement réactifs et qu'ils aient accès à d'autres solutions logistiques en cas de besoin est crucial. La disponibilité minute de nos produits s'en trouve accrue. »

### S'appuyer sur la puissance marketing d'Amazon

Ce qui intéresse également la fondatrice et gérante de la société dans Expédié par Amazon, c'est la puissance marketing d'Amazon sur laquelle le service est construit. Pour ses clients, reconnaît-elle, la mention Expédié par Amazon sous les produits est gage de confiance immédiate. Une confiance dont elle a besoin pour développer son entreprise, qui ne se situe pas dans la démarche classique du commerce en ligne. « Près de 90 % des acteurs du secteur ont commencé par une distribution physique. Nous avons suivi le cheminement inverse : après avoir démarré en ligne, nous essayons de passer à la distribution physique. Avec l'aide d'Expédié par Amazon, nous allons étendre notre diffusion en ligne avant de vendre dans des magasins traditionnels. »

Cette stratégie a déjà porté ses fruits et les créatrices en ont constaté rapidement les résultats. Ainsi, au moment de Noël, le chiffre d'affaires cumulé a augmenté de plus de 20 %. Elles estiment que, dans cette hausse, une moitié peut être attribuée aux effets du service Expédié par Amazon, et l'autre moitié à la croissance naturelle des ventes.

### Des clients plus qualifiés

Au quotidien, elles ont également noté d'autres avantages pratiques. « En période de fortes ventes comme la fin de l'année ou la fête des mères, Expédié par Amazon nous apporte une grande sérénité. Tout le travail de préparation a été fait en amont, et nous pouvons à ces moments-là nous consacrer aux clients qui viennent acheter directement nos produits. » Par ailleurs, elles se félicitent d'avoir élargi leur panel de clients en ligne : « Ce sont des clients qualifiés, qui ne viennent pas sur le site par hasard, et qui ont donc des intentions d'achat plus déterminées que des internautes de passage. Cela aussi est une particularité de ce canal de vente. »

Même si les responsables de l'entreprise visent une nette croissance de leur activité, Les Poulettes Bijoux reste pour l'instant un acteur de taille moyenne dans son domaine. « Nos ventes sont encore relativement faibles. Avec une vingtaine de colis par jour, nous n'avons pas besoin d'autres solutions de distribution que celles que nous offre Expédié par Amazon. D'autant que ce faible volume ne nous a pas encore permis de réelles économies d'échelle. Avec notre modèle économique actuel, nous n'atteignons pas toujours le seuil où les frais d'expédition sont totalement indolores. Mais l'efficacité du service a un prix, et notre objectif est de développer nos ventes. Comme parallèlement Expédié par Amazon a baissé ses frais de gestion, j'ai toute confiance que nous allons bientôt dépasser ce stade. »

Ce « bémol » exprimé par Stéphanie Ducauroix ne vient pas ternir le bilan largement positif qu'elle fait de l'opération. Elle le résume en quelques mots : « Adopter Expédié par Amazon est une condition nécessaire pour maximiser les opportunités commerciales. C'est un facteur clé de l'efficacité marketing. »