

## Expédié par Amazon : plus de liberté, plus de produits, plus de croissance !

« Sans le programme Expédié par Amazon, nous ne serions pas là où nous sommes aujourd'hui », déclare d'emblée Pero Vrdoljak, un chef d'entreprise à la fibre commerçante évidente, établi depuis 1991. Un homme qui nourrit aussi d'autres ambitions. En effet, depuis quelques années, le propriétaire et directeur général d'Empressia GmbH développe avec son épouse, Silke, ainsi qu'une petite équipe de collaborateurs, une gamme de nouveaux produits textiles dédiés à l'univers du bain et du bien-être, du sommeil et de la maison. Tous ces articles sont fabriqués et distribués sous la marque Empressia et complètent la gamme des produits sélectionnés et vendus par l'entreprise. Dès qu'on l'entraîne sur le terrain des articles de bien-être et des beaux objets qui décorent nos intérieurs et nos jardins, le dirigeant fait preuve d'un enthousiasme communicatif.

### Expédié par Amazon : un service stupéfiant !

Établie à Emsdetten, en Allemagne, la société a fait ses débuts dans le commerce en ligne en 2006 et se sent parfaitement à l'aise dans cet environnement. En passant au e-commerce, elle est parvenue à propulser la modeste gamme de ses débuts, qui comptait une centaine d'articles, vers un catalogue contenant plus de 1 000 produits référencés. La sélection est le pré carré de Silke Vrdoljak, qui, armée d'un sens esthétique sûr, repère les produits qui sauront compléter harmonieusement la gamme d'Empressia et séduire la clientèle.

En plus de sa propre boutique en ligne, Empressia est présente sur plusieurs plates-formes de vente en ligne. Malgré cette diversification, jusqu'à l'année dernière, la société réalisait 25 % de son chiffre d'affaires total via les ventes sur Amazon.de. Jusqu'au jour où Pero Vrdoljak a choisi d'utiliser le programme Expédié par Amazon.



Après des débuts hésitants à l'été 2008, la société a commencé à utiliser plus largement le service Expédié par Amazon à partir du mois d'octobre, essentiellement pour la vente de ses articles textiles pour le bain et la maison estampillés Empressia. Depuis, les ventes sur Amazon ont littéralement explosé, une évolution que Pero Vrdoljak décrit en laissant parler les chiffres, qui sont pour le moins éloquentes : « Dès le mois de juin 2009, le chiffre d'affaires réalisé avec Amazon avait atteint le volume d'affaires que nous avions enregistré sur toute l'année 2008. Nous nous attendons donc à une progression supérieure à 100 % en 2009. C'est tout simplement stupéfiant ! »

Comment le choix du programme Expédié par Amazon est-il parvenu à s'imposer à l'équipe d'Empressia ? « La forte croissance que nous avons enregistrée au cours de l'année passée nous a confrontés aux limites de notre structure en termes de capacités d'expédition et de stockage. Nous nous sommes donc mis à la recherche du partenaire qui pourrait accompagner le développement de notre activité. Nous voulions alors éviter les investissements liés à l'embauche de personnel et à l'acquisition d'espaces de stockage supplémentaires, qui seraient devenus inévitables compte tenu de notre profil de croissance. C'est à cette époque que nous avons entendu parler du programme Expédié par Amazon, même si nous étions dans un premier temps très sceptiques », se rappelle Pero Vrdoljak. « Imaginez-vous : nous avons créé une marque qui enregistrerait un succès confortable auprès des consommateurs et dont nous étions très fiers et, du jour au lendemain, il fallait confier nos chers articles à une plate-forme de stockage et d'expédition dont nous ne savions quasiment rien. C'est une idée à laquelle nous avons d'abord dû nous faire. »

empressia

**Pero Vrdoljak,**  
Propriétaire et gérant

#### Produits

Textiles pour le bain et la maison, accessoires pour la maison et articles de décoration d'intérieur et d'extérieur

#### Étapes clés

- 2006** – Vente sur Internet via une boutique en ligne en nom propre et d'autres plates-formes de vente en ligne
- 2008** – Adhésion au programme Expédié par Amazon

*« Amazon inspire une très grande confiance à ses clients, pour une raison toute simple : lorsque vous commandez un article en livraison express via le service Expédié par Amazon, vous savez qu'il vous sera livré le lendemain et que, si vous choisissez un autre mode de livraison, il vous parviendra généralement au plus tard dans les deux jours. C'est précisément pour cela qu'Amazon génère automatiquement un niveau supérieur de satisfaction client. »*

Pero Vrdoljak



Pero Vrdoljak, propriétaire et gérant d'Empressia GmbH



*« Pour réussir sur le marché, il faut concentrer toute son énergie sur son cœur d'activité. Dans les années à venir, nous voulons nous consacrer en priorité à la conception des produits, à la création de collections d'échantillons, à la gestion de marque et au marketing. Le programme Expédié par Amazon nous offre justement cette liberté d'action. »*

Pero Vrdoljak

## Confiance + avantages à l'achat + rapidité de traitement = croissance d'activité

L'argument qui a finalement fait pencher la balance en faveur du programme Expédié par Amazon est l'excellente réputation que s'est forgée Amazon auprès des consommateurs. « Amazon inspire une très grande confiance à ses clients, pour une raison toute simple : lorsque vous commandez un article en livraison Express via le service Expédié par Amazon, vous savez qu'il vous sera livré le lendemain et que, si vous choisissez un autre mode de livraison, il vous parviendra généralement au plus tard dans les deux jours. Sur toutes les autres plates-formes, les opérations liées au paiement par virement bancaire et à la livraison prennent beaucoup plus de temps. C'est précisément pour cela qu'Amazon génère automatiquement un niveau supérieur de satisfaction client », explique le patron d'Empressia. « En outre, nous sommes sensibles au fait que la renommée et la qualité du service client d'Amazon sont à la hauteur des exigences de notre marque. » Naturellement, Pero Vrdoljak mesure aussi l'effet incitatif que peut avoir sur l'acheteur la mention « Livraison Gratuite possible », qui apparaît sous chacun des produits livrables dans le cadre du programme Expédié par Amazon. Cette option, qui peut faire grimper en flèche le volume des commandes, est une aubaine pour Empressia puisqu'elle lui permet de proposer de nouveaux produits.

Question fiabilité et rapidité du programme Expédié par Amazon, Pero Vrdoljak met en avant le bon rapport qualité-prix du service. Ce n'est donc pas une surprise si, tous les jours, de nombreux colis quittent le siège de l'entreprise d'Emsdetten pour rejoindre le centre de distribution d'Amazon. Grand habitué du programme Expédié par Amazon, Pero Vrdoljak est fort bien placé pour répondre aux questions concernant les délais qui séparent l'arrivée des articles sur la plate-forme d'Amazon et le moment où ils sont disponibles pour une commande en ligne. « Ce délai est incroyablement court. Bien sûr, il peut y avoir des exceptions, mais en général, une fois la marchandise réceptionnée par Amazon, il s'écoule tout au plus une journée avant que les produits ne soient référencés. »

## Développer ses activités demande une grande liberté d'action : c'est ce qu'offre Expédié par Amazon

L'externalisation de la logistique et du service client s'intègre parfaitement dans la ligne stratégique du patron d'Empressia. « Pour réussir sur le marché, il faut concentrer toute son énergie sur son cœur d'activité, éviter de se disperser. Dans les années à venir, nous voulons nous consacrer en priorité à la conception des produits, à la création de collections d'échantillons, à la gestion de marque et au marketing. Ce n'est qu'à cette condition que nous parviendrons à élargir notre offre globale de produits de 30 à 50 articles par mois. Le programme Expédié par Amazon nous offre justement cette liberté d'action. »

Pero Vrdoljak a décidé de miser sur l'externalisation du stockage et de l'expédition au client final. Jusqu'à présent, l'expédition des produits qu'Empressia vend via d'autres plates-formes, et qui ne sont donc pas gérés via le programme Expédié par Amazon, était confiée à un prestataire logistique établi dans le sud de l'Allemagne. Dans ce contexte, on conçoit aisément qu'Empressia envisage d'adhérer au nouveau programme Ventes Multi-Sites d'Amazon. Les explications de Pero Vrdoljak ne se font d'ailleurs pas attendre : « Dès que nous aurons rempli les conditions techniques et logicielles, nous adopterons très certainement le service Ventes Multi-Sites d'Amazon. Pourquoi continuer à fonctionner avec plusieurs centres de stockage et d'expédition ? Au contraire, le bon sens voudrait que nous changions totalement de mode de fonctionnement, afin de pouvoir rationaliser concrètement l'organisation, le traitement et le suivi de nos opérations logistiques. »