

DONNE LA PAROLE À SES CLIENTS

TROISIÈME LIGNE



LES CLUBS DE LIGUE 1 ET DU TOP14 ACCÉLÈRENT LES VENTES BTOC DE PRODUITS DÉRIVÉS

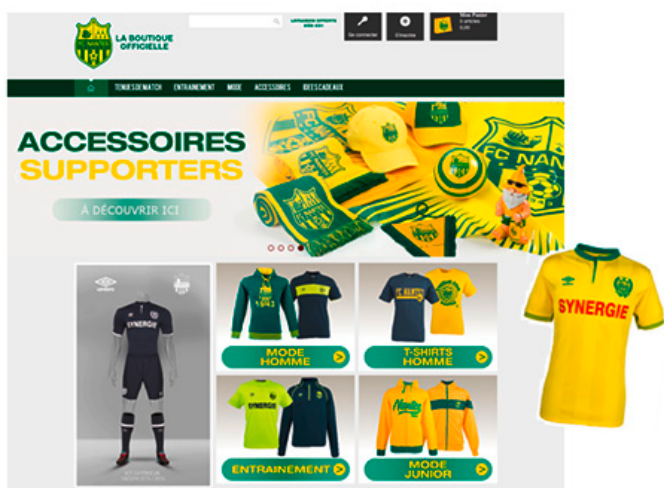
LES SITES E-COMMERCE BTOC DES BOUTIQUES OFFICIELLES DU FC NANTES ET DU LOSC SONT DÉSORMAIS PILOTÉS PAR TROISIÈME LIGNE AVEC LA PLATE-FORME ISOTOOLS

«Avec la plate-forme e-commerce Isotools de Visiativ Software, Troisième Ligne est désormais totalement autonome pour accélérer les ventes dans un contexte de commerce connecté couvrant les points de vente et l'e-commerce. Nous gagnons ainsi en exposition 24h/24 et optimisons nos ressources sur chaque canal de vente.»

Christophe ROUSSEAU
 Directeur Général

LES SOLUTIONS MISES EN PLACE

e-Commerce



LA SOCIÉTÉ TROISIÈME LIGNE

Troisième Ligne est l'agence de branding et de merchandising du sport. Née en 2005 de la volonté d'accélérer les ventes de produits dérivés des clubs de Ligue 1 de Football et des clubs du Top14 de Rugby, Troisième Ligne gère les marques des clubs, les licences associées et le merchandising pour les clubs professionnels.

La société réalise notamment le développement et la commercialisation omni-canal des collections et pilote un réseau de 7 magasins installés dans les stades et en ville.

LA PROBLÉMATIQUE

L'e-commerce BtoC des clubs de Ligue 1 et du Top 14

Troisième Ligne collabore avec de nombreux clubs professionnels de sport tels que le FC Nantes, le LOSC, le Stade Rennais FC, ou encore le Montpellier Hérault Rugby (MHR). Fortement ancré sur le commerce spécialisé, le métier de Troisième Ligne est fondé sur la mutualisation d'expertises dans le développement et la commercialisation de collections, adaptées au domaine du sport, vers une clientèle composée de supporters.

Troisième Ligne sélectionne ses produits auprès d'équipementiers et définit les collections en liaison avec les demandes des clients.

Grâce à son expertise de vente en magasin et d'e-commerce BtoC, Troisième Ligne gère de bout en bout les opérations commerciales omnicanal pour les clubs.

L'optimisation des ressources entre l'activité des points de vente et des sites e-commerce

Les jour de matchs, les points de vente situés dans les stades ou en ville connaissent une occupation plus importante.

Afin de favoriser l'activité commerciale et d'optimiser les ressources humaines en point de vente, les sites e-commerce jouent un rôle prépondérant. Ils permettent d'enregistrer des ventes à toute heure du jour et de la nuit; les livraisons sont ensuite préparées pendant les heures ouvrées dans les points de vente.

La personnalisation des articles : un atout commercial

Plus de 60% des maillots de club sont vendus aujourd'hui avec une prestation de flottage de nom et numéro.

On observe une croissance des ventes de produits personnalisés tels que les mugs ou porte-clés.

Service à valeur ajoutée proposé par Troisième Ligne, la personnalisation des articles s'avère représenter un axe stratégique pour le développement des ventes.

Ce service est proposé de manière équivalente en magasin et sur les sites e-commerce.



LA RÉPONSE

Les sites e-commerce BtoC des boutiques officielles du FC Nantes et du LOSC sont désormais pilotés par Troisième Ligne avec la plate-forme Isotools.

Afin de faciliter les ventes omni-canal des produits dérivés, Troisième Ligne a décidé de lancer pour chaque club de sport un site e-commerce BtoC directement couplé au système de gestion commerciale Yourcegid Retail CBR.

«Les sites e-commerce BtoC des clubs du FC Nantes, du LOSC et du Montpellier Hérault Rugby ont été construits sur la plate-forme e-commerce omnicanal Isotools de Visiativ Software. Directement couplés à la gestion commerciale Yourcegid Retail, ils offrent une capacité inégalée de piloter de manière homogène les ventes en ligne et celles en magasin, notamment en mutualisant les données des collections, des tarifs, des stocks et des clients.»

Martin LEPERS
Responsable e-Commerce

LES BÉNÉFICES

Vers le commerce omni-canal pour une croissance des ventes

A terme, le canal web représentera une proportion importante des ventes pour chaque club de football ou de rugby.

En effet, les services nouveaux de click-and-collect permettront à chaque site e-commerce d'accroître les commandes d'avant-match : les supporters passeront leurs commandes en ligne et les récupéreront en se rendant au match.

La préparation des colis à l'avance permettra aux magasins de gagner en capacité à servir plus de porteurs de billet dans un laps de temps limité.

- Gestion omni-canal des relations clients
- Optimisation des ressources internes
- Déclinaison du site e-commerce par club de sport

