

A detailed close-up of a mechanical watch movement, showing intricate gears, jewels, and the rotor. The watch is partially visible on the left side of the frame, with its metal case and bracelet. The background is dark and blurred, with some light streaks.

TAG HEUER PRÉSENTE UN NOUVEL ÉCOSYSTÈME E-COMMERCE POUR STIMULER L'ENGAGEMENT EN LIGNE

En collaboration avec Capgemini, TAG Heuer développe et déploie un nouvel écosystème d'e-commerce qui améliore les ventes en ligne et permet à l'entreprise de se démarquer des autres fabricants de montres de luxe.

Le savoir-faire artisanal appliqué à l'innovation numérique

Depuis qu'Edouard Heuer a ouvert son premier magasin de montres en 1860 à Saint-Imier, TAG Heuer est un moteur de l'innovation dans l'horlogerie. Si l'entreprise s'est traditionnellement concentrée sur la fabrication de montres exceptionnelles, TAG Heuer a également souligné l'importance de devenir un leader du secteur en termes de technologie numérique. En 2019, l'organisation a eu l'opportunité d'étendre sa portée en ligne et d'améliorer l'expérience client. Pour ce faire, TAG Heuer a décidé de remanier son écosystème d'e-commerce de manière à mieux communiquer les valeurs et l'attrait de l'entreprise.

Afin d'élaborer et de mettre en œuvre l'ambitieuse architecture numérique nécessaire à la réalisation de cette ambition, TAG Heuer a choisi Capgemini en raison de ses antécédents de mise en œuvre réussie de solutions digitales et de son expertise avérée en matière de plateformes d'e-commerce et dans le secteur de la vente au détail de produits de luxe.

Client : TAG Heuer

Région : Suisse

Secteur : Produits de grande consommation

Défi du client :

TAG Heuer souhaitait mettre à jour sa plate-forme numérique afin d'offrir à ses clients une expérience en ligne innovante et sans friction.

Solution :

Avec Capgemini comme partenaire, TAG Heuer a mis en place un tout nouvel écosystème de e-commerce, soutenu par le cloud Salesforce Commerce, au cœur de son expérience de e-commerce haut de gamme.

Avantages :

- Amélioration de l'expérience client grâce à une plateforme moderne
- Optimisation des processus
- Augmentation des ventes en ligne

Ensemble, les deux organisations ont utilisé une approche cohésive, une équipe unique qui a combiné leurs domaines d'expertise distincts pour appliquer à la fois des capacités techniques et des connaissances plus spécifiques au secteur.

Transformer l'expérience en ligne

TAG Heuer souhaitait générer une plus grande visibilité sur le marché, créer une expérience omnicanale synergique, devenir un leader du secteur en termes d'expérience client et offrir une expérience client unique qui différencie plus efficacement la marque de ses concurrents. Sur la base de ces objectifs, TAG Heuer et Capgemini ont décidé de créer une solution évolutive basée sur Salesforce Commerce Cloud et enrichie par un écosystème complet de services.

Suivant une méthodologie établie et éprouvée, les partenaires ont commencé à développer le nouvel écosystème e-commerce en mettant l'accent sur la création d'une expérience véritablement unique et innovante. Outre la technologie sélectionnée, TAG Heuer et Capgemini ont basé la solution sur des processus opérationnels standard définis par les meilleures pratiques du secteur. Ainsi, la solution a non seulement permis de mettre en place un nouveau site d'e-commerce, mais aussi, de s'assurer que la Maison TAG Heuer était prête à le prendre en charge dès sa sortie. De cette façon, TAG Heuer et Capgemini ont offert une expérience client en ligne véritablement transformée, fondée sur une technologie innovante et une approche renouvelée de l'expérience de vente en ligne.

TAG Heuer améliore ses ventes en ligne

Après seulement 10 mois, le nouveau site web a été mis en ligne en février 2020 pour soutenir l'ambition de croissance de TAG Heuer et son désir d'offrir une expérience en ligne distincte et agréable. Depuis, l'entreprise a connu une augmentation rapide du nombre de ventes en ligne, tandis que son public s'est élargi grâce à l'amélioration de son engagement numérique. En outre, le site Web s'est avéré être le levier idéal pour lancer la nouvelle collection TAG Heuer Connected, qui a démontré la passion de l'organisation pour la précision, l'artisanat et la technologie de pointe, tant au niveau de ses montres que de ses plateformes numériques.

Grâce à son site Web remanié, TAG Heuer a connu une croissance significative du trafic en ligne et des performances de la technologie qui soutient le parcours numérique du client. L'entreprise a également exploité le site Web pour communiquer plus efficacement les valeurs qui la distinguent, ce qui a contribué à la différencier au sein du secteur. Forts de ce succès, TAG Heuer et Capgemini envisagent d'étendre le déploiement à de nouveaux pays et de trouver de nouveaux moyens d'enrichir la plateforme de manière agile. Les attentes des clients continuant à évoluer et à se complexifier, les partenaires s'efforceront de trouver de nouvelles façons de développer une expérience en ligne dynamique et engageante.

A propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial, responsable et multiculturel, regroupant 340 000 personnes dans plus de 50 pays. Partenaire stratégique des entreprises pour la transformation de leurs activités en tirant profit de toute la puissance de la technologie, le Groupe est guidé au quotidien par sa raison d'être : libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Fort de 55 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, Capgemini est reconnu par ses clients pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, de la stratégie et du design jusqu'au management des opérations, en tirant parti des innovations dans les domaines en perpétuelle évolution du cloud, de la data, de l'Intelligence Artificielle, de la connectivité, des logiciels, de l'ingénierie digitale et des plateformes. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 18 milliards d'euros en 2021.

Get the Future You Want | www.capgemini.com/fr-fr/