



Xavier BONNAL
Fondateur de www.fringagogo.com

Étude de cas client : lancement d'un site e-commerce

Fringagogo.com : lancement en décembre 2006

Fort d'une première expérience dans le commerce du textile en off-line, Xavier Bonnal s'est lancé sur le e-commerce fin 2006 avec la création de www.fringagogo.com. Ce site propose de larges gammes de vêtements : les articles y sont classés par tranche de prix : 5 €, 10 €, 15 € ... Fringagogo.com se positionne comme l'alternative "bons plans" sur ce marché particulièrement concurrentiel sur internet.



“

Le recrutement via la co-registration a été une priorité dans le lancement du site fringagogo. Cela nous a permis de constituer rapidement une base de données de prospects. Nous sommes passés de 5 000 opt-in au lancement de l'activité à 120 000 en mai 2008.

”



La problématique

Constituer une base de données de prospects qualifiés pour générer des ventes en ligne.

Fringagogo.com choisit LSF Interactive pour constituer son vivier de prospects

Après une phase de test, Fringagogo.com a choisi de confier la moitié de son budget de recrutement 2008 à LSF Interactive sur le levier de la co-registration.

Un lead est un contact e-mail opt-in intéressé à recevoir les offres de fringagogo.com. Ainsi, dès qu'un profil est recruté, il alimente aussitôt la base de données du site e-commerce. Fringagogo.com travaille alors sa base en adressant chaque jour par e-mail une offre valorisant les nouveautés du site.

La finalité d'un site marchand est, par définition, de vendre, ce qui nécessite de solliciter très souvent sa base. Comme le précise Xavier Bonnal, il est par conséquent important d'alimenter constamment son vivier de prospects pour pallier les éventuelles désinscriptions et développer son chiffre d'affaires. La stratégie de conquête de cette start-up s'est avérée payante au vu des volumes de commandes générées : fringagogo.com est passé de 300 commandes au lancement à plus de 1 500 commandes en ligne par mois actuellement. Son fondateur a d'ailleurs complètement abandonné son activité off-line depuis...

« Nous comptabilisons aujourd'hui 120 000 prospects en base et plus de 10 000 clients actifs. Les clients, qui sont à 97 % des clientes, sont très fidèles et n'hésitent pas à recommander de façon compulsive sur le site. Nous sommes donc particulièrement satisfaits de la qualité des leads recrutés via LSF Interactive et son outil DualOptin ».

“

Depuis le début de notre collaboration avec LSF Interactive en juillet 2007, le volume des commandes est passé de 300 à 1 500 par mois, soit une augmentation de plus de 300 % grâce au levier de la co-registration.

”



Fringagogo : Les marques et la mode à prix cadeau
Profitez des dernières tendances hommes, femmes et enfants, trouvez votre style et vos marques sur notre site de vente en ligne de vêtements.
 Oui. Non merci.

Interview réalisée par Nathalie Pottier, npottier@lsf-corp.com_ 23 mai 2008.

