

STRATÉGIE DIGITALE

PLOUF SAUTE À PIEDS JOINTS

DANS LE GRAND BAIN DU E-COMMERCE



Témoignage

Sandy NIDDAM,
Directrice de la marque Plouf

GREYSTONE

CRÉATEUR DU MAILLOT DE BAIN FLOTTANT

Pour doper ses ventes sur le web, la marque niçoise de maillots de bain flottants a misé sur la formation « Se lancer en e-commerce », financée par l'Opcommerce.

Sandy NIDDAM n'en revient toujours pas ! « *J'ai appris à coder en CSS à 41 ans* », raconte, amusée, la directrice de la marque de maillots de bain flottants « Plouf ». Il y a encore quelques mois, celle-ci n'avait jamais écrit une ligne de code, pensé au « wording » de ses « posts » sur les réseaux sociaux, ni même utilisé la plateforme « Mailchimp » pour ses campagnes marketing.

Il faut dire que la marque Plouf existe depuis 21 ans. « *L'entreprise Greystone a créé la marque au début des années 2000, après avoir développé le concept des maillots de bain flottants pour enfants* », raconte Sandy NIDDAM, par ailleurs fille du fondateur.

Bâtir une stratégie BtoC

À l'époque, Greystone commercialisait ses maillots directement auprès d'enseignes de la grande distribution, en BtoB. En 2020, changement de cap ! 20 ans après sa création, la marque niçoise décide de s'adresser directement à son client final.

C'est là que Sandy NIDDAM entre en piste pour prendre les rênes de Plouf. « *Il fallait revoir tout le business model pour commercialiser les maillots de bain en BtoC. Cela signifiait communiquer avec le consommateur final et bâtir toute une stratégie digitale* », se souvient-elle.

« Cette formation a été vitale pour notre PME. Les formateurs de My Connecting s'adaptent toujours à votre situation, à l'évolution de votre site. On est dans la mise en pratique pas dans la théorie. »

Sandy NIDDAM, Directrice de la marque « Plouf » chez Greystone

De la théorie à la pratique

La quadra commence par préparer le master « Digital 360 » de Sup de Web en contrat de professionnalisation et construit en parallèle le site internet de

la marque. « *Mais passer de la théorie à la pratique, c'est une autre histoire* », pointe la directrice de Plouf. « *Je voyais bien tout le travail à réaliser, mais je ne savais pas par quel bout commencer. Heureusement que Yann CHAMPROUX m'a relancée pour suivre la formation sur le e-commerce. C'est un peu notre sauveur !* »

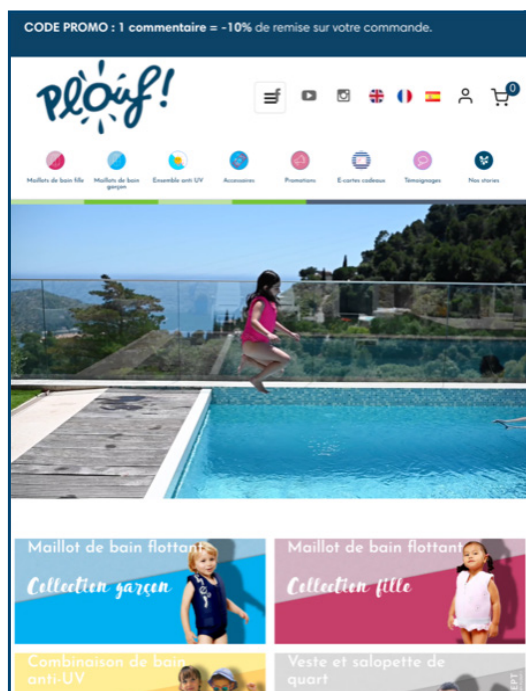
Yann CHAMPROUX, c'est le conseiller emploi-formation de l'Opcommerce dans les Alpes-Maritimes. Quand l'Opcoc met sur pied le Pack e-commerce en 2020, il informe tous ses contacts dans les PME. « *Cette formation sur-mesure s'adresse spécifiquement aux entreprises de moins de 50 salariés*, détaille-t-il. *Elle est dispensée par l'organisme de formation My Connecting et se déroule 100 % à distance. Les sessions durent une à deux heures et permettent aux participants de prendre en main leur logiciel de e-commerce et de définir leur stratégie web.* »

PLOUF EN CHIFFRES

- 5 salariés
- 2000, création de la marque
- 2020, création du site internet - www.plouf.fr
- 400% d'augmentation du chiffre d'affaires depuis un an

STRATÉGIE DIGITALE

PLOUF SAUTE À PIEDS JOINTS DANS LE GRAND BAIN DU E-COMMERCE



« SE LANCER EN E-COMMERCE » - MODE D'EMPLOI

- Action de formation accessible aux entreprises de moins de 50 salariés sur la plateforme « Click&Form » de l'Opcommerce : <https://www.lopcommerce.com/l-opcommerce/offre-de-services/click-form/>
- Prise en charge des coûts d'inscription dans la limite fixée par votre branche professionnelle
- 19 heures de formation 100 % à distance réparties en 4 modules :
 - 1/ Définir la stratégie de son site marchand
 - 2/ Prendre en main ou se perfectionner sur le logiciel de son choix
 - 3/ Communiquer sur les réseaux sociaux pour faire connaître sa marque et définir une stratégie éditoriale.
 - 4/ Maîtriser les techniques de référencement (naturel et payant)

Au plus près du terrain

« Cette formation a été vitale pour notre PME », reconnaît aujourd'hui Sandy NIDDAM, qui au départ n'y croyait pas trop. Elle a commencé par prendre en main le logiciel Presta Shop qui oblige ses utilisateurs à savoir coder en CSS pour créer de nouveaux boutons sur le site internet, faciliter la navigation des internautes et rendre le site plus ergonomique.

« J'ai lancé en début de saison des maillots de bain anti-UV pour compléter notre collection. Mais ça ne prenait pas, se souvient la directrice de la marque. En une session, j'ai revu avec le formateur Yanis Rabehi, le parcours utilisateur. Il m'a appris à mettre en place des fenêtres « pop-up » pour inciter les consommateurs à acheter. Le week-end qui a suivi, les ventes ont été multipliées par deux ! »

Campagne marketing

La formation lui a aussi permis de faire les meilleurs choix. « En plein hiver, en février 2021, j'ai voulu lancer un concours pour faire gagner des maillots

de bain, se souvient encore la dirigeante. La formatrice qui m'accompagnait sur la construction de notre ligne éditoriale sur les réseaux sociaux a tout suite mis le hold, me rappelant combien la saisonnalité était un paramètre important dans ce type de campagne marketing. »



Shaili, stagiaire au département Solution client (à gauche) et Hugo, alternant Sup de web Nice (à droite)

de force de la formation ? « Le concret, répond du tac-au-tac Sandy NIDDAM. Les formateurs de My Connecting s'adaptent toujours à votre situation, à

« Cette formation sur-mesure s'adresse spécifiquement aux entreprises de moins de 50 salariés. Elle se déroule 100% à distance. Les sessions permettent aux dirigeants de prendre en main leur logiciel de e-commerce et de définir leur stratégie sur le web.

Yann CHAMPROUX,
Conseiller emploi-formation au sein de la délégation régionale PACA de l'Opcommerce

l'évolution de votre site. On est dans la mise en pratique pas dans la théorie. Maintenant je peux dire que je maîtrise ! » Un point important car Sandy NIDDAM est en train de passer le relais du développement du site internet à Hugo BARANI, un jeune Community manager recruté en alternance.