



Les Néréides  
PARIS

# Les Néréides construit sa marque au niveau mondial avec Frequentiel

Le leader des bijoux fantaisie utilise le logiciel RFID de Frequentiel pour fidéliser ses clients

« Renforcer l'authenticité de notre marque est un moyen puissant de valoriser notre image. »

— **Thomas Bettan**, Senior Consultant, Digital Transformation chez Les Néréides

## En résumé

- 500 nouvelles créations bijoux tous les six mois
- 200 ouvertures de magasins sur les cinq prochaines années
- Le maintien d'une marge brute de 20% comme objectif

## La vision ambitieuse d'un luxe accessible

Les Néréides est une entreprise familiale qui conçoit et vend des bijoux fantaisie de luxe à des prix accessibles. La marque est réputée pour ses designs ludiques et son utilisation de techniques artisanales traditionnellement associées à la fabrication de bijoux de luxe.

La société se distingue par sa capacité à conserver une marge de 20% alors même qu'elle connaît une forte croissance. Cette prouesse a été saluée par le journal Les Echos, qui a fait figurer l'entreprise dans son classement annuel 2018 des entreprises à forte croissance.

## Relever les défis de la distribution omnicanale

L'un des principaux défis de croissance du bijoutier est de combiner avec succès les métiers de designer, de distributeur et désormais de créateur d'une marque internationale, tout en restant fidèle à son héritage artistique et à ses valeurs familiales.

L'entreprise est présente sur plusieurs canaux de distribution. Elle gère des magasins en propre, un site e-commerce, des franchisés, et des accords de distribution exclusifs, notamment auprès d'acteurs e-commerce tels que Vente-Privée.

Les Néréides prévoit de tripler sa présence mondiale avec 200 ouvertures de magasins sur les cinq prochaines années. Elle a à cœur de déployer dès aujourd'hui les bonnes technologies pour favoriser sa croissance.

## Enjeux

- Rassurer les clients en renforçant les attributs d'authenticité de la marque.
- Améliorer la précision des stocks.
- Prendre en compte les nouveaux modes de vente omnicanale actuels et à venir.

## Solution Frequentiel

- Plateforme logicielle OCTO+ de traçabilité universelle à la pièce.
- Apps mobiles OCTO+ pour faciliter le quotidien des collaborateurs.
- Services Frequentiel experts en retail, en intégration logicielle et en RFID.
- Solution Frequentiel d'intégration du matériel mobile et fixe.

## Bénéfices

- La garantie donnée au client de l'authenticité des bijoux.
- Une qualité de service identique, partout dans le monde.
- Une augmentation des membres du programme de fidélité.
- Un socle solide pour les futures expériences omnicanales.
- Une traçabilité complète des articles et une visibilité du stock sur l'ensemble de la chaîne logistique et du réseau de vente à travers le monde.

## Présenter un visage unique à l'échelle mondiale

« Au-delà de l'efficacité opérationnelle, notre enjeu majeur était de présenter un seul visage au client, où qu'il se trouve dans le monde », explique Thomas Bettan, consultant senior en charge de la transformation numérique chez Les Néréides. « Nous souhaitons offrir une expérience client omnicanale unifiée à nos clients, aujourd'hui et demain. »

Comme beaucoup d'autres marques de luxe, Les Néréides veut se prémunir contre le marché gris et les contrefaçons nuisibles à son image. Avec une offre de produits variée (500 nouvelles créations tous les six mois), la marque doit maîtriser son catalogue produits et gérer ses flux de stock de bout en bout, depuis ses sites de production jusqu'à ses magasins.

La traçabilité fine de tous ses produits est aussi un enjeu d'amélioration de la relation client. Car la marque a pour ambition d'offrir un service de qualité, avant et après la vente, à une clientèle de plus en plus internationale et sophistiquée.

## La traçabilité RFID à la pièce, garante de l'authenticité

Tous les articles portent une étiquette RFID qui les suit de bout en bout : production, réception, stockage en entrepôt, stock en magasin, vitrines et caisse. Les Néréides est donc désormais en mesure de suivre le moindre déplacement de ses articles sur l'ensemble de sa supply chain et dans tous ses magasins.

« Grâce à cette vision unique du parcours produit, nous permettons notamment à nos clients, partout dans le monde, de vérifier que l'article qu'ils achètent en ligne est authentique », ajoute Thomas Bettan. « C'est une stratégie de réassurance efficace pour encourager les ventes. C'est aussi un moyen puissant de recruter des clients pour notre programme de fidélité », poursuit Thomas Bettan.

La traçabilité RFID est par ailleurs une condition sine qua non pour travailler avec certains distributeurs multimarques.

## Les piliers de la croissance future

Les Néréides a déployé OCTO+, la plateforme logicielle RFID de Frequentiel, tout en mettant simultanément en place un nouveau progiciel ERP et un site e-commerce. L'entreprise considérait en effet que la technologie RFID était désormais suffisamment abordable pour pouvoir être intégrée dès le départ au cœur de sa stratégie omnicanale.

Frequentiel s'est avéré être le bon choix : d'abord, pour son expertise en matière de RFID et de retail omnicanal, mais aussi pour sa capacité à s'intégrer aux systèmes informatiques et aux processus existants de la marque. Le bijoutier a pu en outre échanger avec d'autres clients de Frequentiel aux enjeux similaires.

À moyen terme, Les Néréides souhaite également exploiter la technologie RFID pour mieux contrôler son assortiment en magasin, identifier les merchandising les plus efficaces, et diffuser ses bonnes pratiques dans le monde entier.

« Renforcer l'authenticité de notre marque est un moyen puissant de valoriser notre image », conclut Thomas Bettan.