

KIABI

X



CDR
AGENCY



Projet Kiabi

Présentation historique

Qu'est-ce que Kiabi ?

Kiabi est une **société française** de distribution de prêt-à-porter créée en 1978 à Roncq par Patrick MULLIEZ.

Elle fait partie de l'**association familiale MULLIEZ**, qui **détient plusieurs autres grandes marques** telles que Auchan, Boulanger et Decathlon pour ne citer que ceux-là.

L'entreprise Kiabi est une **S.A.S.** et possède un siège social qui se situe à **Hem en France**, elle possède un effectif de **plus de 10 000 employés en 2021** et obtient un **résultat net de 58 155 200 en 2021** et un **chiffre d'affaires de 968 458 692€ en 2020**.

L'histoire de Kiabi

Kiabi naît en **1978 à Roncq** avec son premier magasin physique. Elle devient alors la **première entreprise** qui se lance dans le marché du vêtement à **bas prix en France**.

1988 : L'actionnariat est ouvert aux Kiabers en France.

1993 : Kiabi ouvre son **premier magasin à l'étranger** : en Espagne.

2000 : Kiabi s'impose rapidement sur internet et lance son site **Kiabi.com**.

2009 : Kiabi change de stratégie en développant une **vision moderne** avec sa 1ère vision : **"Intelligence Collective"**.

2013 : Création des premiers **produits en fibres de coton bio**.

2016 : Lancement du produit **"Pantalon Denim ecowash"**.
Le but étant d'utiliser moins de produits chimiques et d'eau pour le délavage final.

2017 : La RSE devient un axe du plan à 3 ans.

2020 : Publication de la stratégie **"Kiabi Human"**.
Mise en place du projet **"petit magasin"** consistant à transmettre les invendus de la saison aux personnes dans le besoin.

2021 : Lancement de **Kiabi Seconde Main**.

Kiabi a pour projet de mettre en place une **neutralité du carbone d'ici 2050**.
Les émissions de carbone de l'entreprise doivent être réduites de **30% avant cette date**.



Projet Kiabi

Analyse interne

Analyse interne de Kiabi

Kiabi est une **entreprise de vente de vêtements** mais elle est avant tout créatrice de vêtements qui sont réalisés dans des usines de textiles situées dans différents endroits du monde pour minimiser le prix de la main d'œuvre. 70% de la production du coton se concentre dans les pays asiatiques comme la Chine, le Pakistan, l'Inde et la Turquie.

Grâce à ses productions, Kiabi propose une **quantité de vêtements variés** contenant des robes pour femmes aux chaussures pour bébé en passant par les pantalons pour hommes, une catégorie de grande taille, accessoires de déguisement et une gamme élargie pour les filles et les garçons, **tout cela en suivant la mode mais à petit prix comme le suggère le slogan de Kiabi.**

Par exemple, un pantalon pour femmes sera aux alentours de 20€ et les prix les plus élevés seront dans les environs de 35€. Ce qui reste **abordable pour les vêtements modernes** par rapport aux autres magasins de vêtements.

La publicité de kiabi n'est pas très présente dans les publicités TV mais possède un système de relance par SMS, emails et notifications via l'application Kiabi. Ces relances consistent à avoir un aperçu et le retour des clients via leur site de vente, de suivi de commande, etc.

La stratégie économique de Kiabi est donc de proposer des vêtements de mode tout en gardant un prix abordable pour tout le monde. Les vêtements étant fabriqués avec une main d'œuvre à bas prix, cela permet de mettre des prix bas sur les vêtements qu'ils vendent, l'inconvénient étant d'être mal perçu par la clientèle en raison des prix bas et donc d'une potentielle mauvaise qualité des produits causés par ces prix bas.

Kiabi propose également une application de seconde main afin de pouvoir vendre des habits à d'autres utilisateurs mais aussi d'en acheter grâce à la vente entre particuliers. Les vêtements d'autres marques que kiabi sont vendables et achetables sur l'application.



Disposition des magasins Kiabi à l'internationale

Kiabi dispose de 450 magasins dans le monde dont 332 en France.



Projet Kiabi La Gamification

Le principe de gamification

Une gamification peut être très utile dans un projet tel que celui-ci car elle permet d'introduire un **aspect vidéoludique** à l'application de la marque afin de faire rester les visiteurs du site grâce à **différentes stratégies liées au jeu vidéo**.

Voici **quelques exemples d'idée de gamification** de l'application :

Un **système d'obtention de points** grâce à des achats ou des ventes de produits (dans le cadre de la seconde main), un **système de niveau de progression** présent dans beaucoup de jeux, cela permettrait au client de ressentir une progression sur l'application et de vouloir continuer à rester dessus pour progresser davantage.

Des **challenges quotidiens ou hebdomadaires** qui feront revenir le client pour réaliser ses challenges qui seront récompensés par ceux-ci.

Des **badges** pour la créativité et **créer une vitrine virtuelle** pour le client.

Une **dimension sociale** pour l'interaction entre clients permettant l'échange d'idées et de point de vue pour les vêtements.

Tous ces exemples vont permettre à la plateforme d'**attirer la clientèle** mais principalement de **la faire rester** avec des moyens agréables et interactifs.

Nos idées d'amélioration du site Kiabi Seconde Main :

Pour **améliorer le style graphique du site**, nous avons pensé à modifier la charte graphique lors des événements sur le site ou encore de **dynamiser les icônes de l'application** lorsqu'ils sont sélectionnés.

En ce qui concerne le profil utilisateur, nous avons pensé à **ajouter une vitrine personnalisable** pour exposer les catégories préférées des utilisateurs, ou bien **intégrer un système de recommandation** de vendeur fiable et leur **décerner des médailles et des badges d'achats/ventes** par rapport à leurs compétences pour un exemple rapide, convivial et efficace.

Un **système d'évolution du profil personnalisable** en fonction de sa progression.

Quand le client reçoit une récompense, un pop-up s'affiche uniquement lorsqu'il se connecte pour afficher la récompense qu'il a obtenu. Un **système de succès** dans lequel, lorsque l'utilisateur débloque un succès, il devra se rendre dans un onglet «succès» pour les voir s'actualiser avec une animation d'accomplissement de ce succès.

Afin de pouvoir distinguer les différents utilisateurs, l'utilisateur pourrait ajouter à son profil un numéro de profil (#0000) et un avatar tout laissant le choix à l'utilisateur de ces derniers.



Projet Kiabi La Gamification

Pour les dates d'événements quelconques, un **calendrier fixe** serait établi, il répertorierait **différents événements liés à Kiabi** et dans la vie de tous les jours.

On pourrait retrouver des **challenges réguliers, organisés comme des concours autour du design**, dans lesquels le but serait de créer un logo, prendre une photo, créer un design autour d'une thématique en particulier. Lorsqu'une certaine date limite a été atteinte, toutes les créations seraient récoltées, et la meilleure création serait élue par la communauté sur les réseaux sociaux par un système de vote, le gagnant de ce concours recevrait le privilège de voir sa création sur une prochaine gamme de vêtements Kiabi en édition limitée.

De plus, il recevrait un badge (et un ornement ?) spécial pour son profil Kiabi Seconde Main.

Les **événements traditionnels** comme le Carnaval ou la Saint-Valentin **seraient mis en avant**.

Ainsi d'autres types de concours seraient organisés comme des concours de ventes, dans lesquels selon le volume de ventes effectués durant une période donnée, le vainqueur remporterait un prix, ou pendant un marathon de vente qui pourrait se dérouler tous les 2 à 3 jours.

En créant des **événements journaliers, ou hebdomadaires**, cela pourrait **donner envie aux utilisateurs de se connecter tous les jours**, ou au moins 1 fois par semaine, et ainsi lui offrir des **récompenses supplémentaires** à chaque connexion consécutives.

Lorsqu'une personne arrive à atteindre plusieurs fois le haut d'un classement, il pourrait obtenir un privilège supplémentaire pour le remercier de sa fidélité et de son investissement pour Kiabi.

En récompense, Il pourrait bénéficier de **promotions spéciales** pour ces prochains achats avec Kiabi, une promotion pour ses comptes Instagram, Pinterest ou encore YouTube, ainsi que des réductions via des liens d'affiliations sur d'autres applications, comme l'application Kiabi, son nom/pseudo serait affiché sur un mur virtuel ou dans un classement dans les magasins Kiabi.

Pour finir, des ventes à thème pourraient être organisées.

En hiver, un événement tous les Jeudis des mois d'hiver seraient organisés avec des ventes spécialement pour cette saison, avec des mises en avant d'utilisateurs sur le site.

On pourrait aussi imaginer des stands spéciaux créés en magasin avec des vêtements de seconde main relatifs à cet événement.