



Spécialiste du live shopping, Caast TV humanise le commerce digital pour Fnac, Cdiscount, Auchan, Electro Dépôt, Boulangier, Cultura, Kiabi...

Depuis plusieurs mois, la tendance du « live shopping » connaît un essor fulgurant. Boosté par les confinements limitant l'accès aux points de vente physiques, ce « téléachat » digitalisé permet aux marques et enseignes de faire appel à des experts qui animent, en direct, des démonstrations produit tout en répondant en temps réel aux questions des internautes. Créée durant le premier confinement, experte du live shopping, Caast TV collabore avec des enseignes telles que Fnac Darty, Cdiscount, Cultura ou Boulangier. Portée par la crise sanitaire qui incite les enseignes à repenser leurs méthodes de ventes et accélérer leur digitalisation, l'activité de la startup ne faiblit pas. En neuf mois, l'équipe de Caast TV a organisé plus de 100 lives pour plus de 50 marques, qui toutes plébiscitent les points forts de ce nouveau canal à savoir une augmentation du trafic web, du taux de conversion et donc des ventes. En parallèle, l'entreprise table sur une croissance de 200% de son chiffre d'affaires entre 2020 et 2021.

Le live shopping, un téléachat interactif et générateur de ventes

Rentré dans les mœurs en Asie, notamment en Chine où il représente 10% des ventes du e-commerce et a enregistré une croissance de 280% l'an dernier, le « Live Shopping » arrive résolument en France. A l'image du fameux téléachat, il permet à des marques et enseignes de **présenter et vendre un produit à travers la démonstration qu'en fait, en ligne, un expert** (influenceur, collaborateur, client passionné...). Les entreprises, contraintes avec la crise sanitaire de s'adapter et de digitaliser leur offre, se tournent fortement vers ce nouveau canal de vente qui, en plus de dynamiser l'expérience client, incarne un nouveau business model.

Cette tendance a notamment séduit ces derniers mois de grandes marques et enseignes telles que Magimix, Groupe Seb, Dyson, Boulangier, Philips, Adidas, Fnac Darty... qui toutes ont confié à Caast TV la réalisation de leur session de live shopping avec des résultats probants.

 <p>SAMSUNG</p> <p>Découvrez la gamme NeoQLED Samsung</p> <p>VOIR LA REDIFFUSION</p>	 <p>Auchan</p> <p>Présentation Live des produits électronique de la marque Qilive By Auchan</p> <p>VOIR LA REDIFFUSION</p>	 <p>boulangier magimix</p> <p>Moulinex le Grand Live chez vous avec Cyril Lignac chez Vincent</p> <p>VOIR LA REDIFFUSION</p>
--	--	--

Une solution inédite sur le marché qui s'intègre en 30 minutes sur les sites e-commerce des enseignes

En France, Caast TV a dès le mois de mars 2020 créé sa propre solution de Live Commerce. Ce qui la rend inédite sur le marché : le widget conçu par Caast s'intègre directement et en moins de 30 minutes au site web de l'enseigne. Pas besoin pour l'internaute de se connecter à une plateforme ou à un réseau social, tout se joue sur le site e-commerce, facilitant ainsi l'achat du produit présenté. Durant le live, le « caasteur », qui peut être un influenceur ou un expert, présente en direct le produit et répond en temps réel aux questions des internautes. Comme dans un point de vente physique, le client obtient instantanément l'ensemble des informations relatives à un produit, tout en le visualisant sous toutes ses coutures. Il peut ensuite l'ajouter en un clic à son panier.

La vidéo du live shopping réalisée en direct, généralement sans montage ni retouche, est ensuite intégrée à la fiche produit du site e-commerce, et peut être visionnée en replay, permettant de continuer à générer des ventes pendant une longue durée. Les questions posées lors du live apparaissent alors sous forme de FAQ. En cliquant sur une question, l'internaute arrive directement au moment adéquat de la vidéo, sans visionner l'ensemble de la session.

Conçue comme une solution « clé en main », Caast TV propose aux marques et enseignes de tout gérer, de l'intégration technique à l'organisation du live en passant par l'identification et le brief du Caaster, la modération durant le live, la post-production...

[Découvrez les lives de Caast.TV](#)

Comment ça marche ?

- › La marque, l'enseigne, l'expert informent de la tenue du Caast auprès de leur communauté, via un mailing, les réseaux sociaux...
- › Le jour dit, le Caast Live prend place sur le site e-commerce de l'enseigne, directement sur la page produit. Les clients regardent l'influenceur présenter en live et posent leurs questions.
- › Après le live, le Caast est disponible en Replay, directement intégré à la page produit
- › Avec Caast Analytics, le client a accès aux statistiques du Live : combien de mises au panier durant le live, combien d'achat... Les audiences et taux de conversion sont finement analysés, pour encore optimiser les résultats du prochain live.

 <https://caast.tv/>

Contact presse
Presse & Cie
Laetitia Munoz
Tél. 06 20 49 90 39
lmunoz@presse-cie.com