



Avec Caast TV, Kiabi embarque ses collaborateurs dans la live shopping expérience

Nouvelle shopping expérience mixant interactivité, inspiration et commerce, le live shopping a su devenir en quelques années le rendez-vous incontournable de nombreuses marques avec leurs clients. Pionnier du social shopping en 2010, Kiabi développe depuis 2020, en collaboration avec Caast TV, ce nouveau format d'une manière singulière : la marque mise sur une approche mixte avec des sessions thématiques nationales et des live shopping animés par les magasins en local. D'abord testé en local sur deux magasins pilotes à Villeneuve d'Ascq et Roncq (59), le dispositif s'est déployé en 2021 à l'échelon national, devenant un rendez-vous mensuel sur le site e-commerce et la page Instagram de l'inventeur de la mode à petits prix. En 2022, Kiabi multiplie les formats, exporte l'expérience dans d'autres pays et met en place une formation dédiée à l'animation d'un live pour ses collaborateurs. Axe stratégique de sa Vision 2030, KIABI souhaite développer sa présence locale en permettant à chaque magasin habilité qui le souhaite de programmer et d'animer ses propres événements, boostant ainsi l'engagement de sa communauté et offrant un nouveau point de contact digital à la marque.

Du test en local au déploiement national, un format plébiscité par la communauté Kiabi.

Pionnier dans le live shopping, Kiabi a, dès 2020, pris le contre-pied de beaucoup d'acteurs, choisissant de tester le modèle en local avant de le déployer à grande échelle. La marque s'est ainsi rapprochée de Caast TV, dont la solution de live shopping, inédite sur le marché, s'intègre en 30 minutes sur les sites e-commerce et permet aux enseignes de présenter en vidéo et en direct une sélection de produits promus par des collaborateurs ou des influenceurs. Tout au long du live, les articles présentés viennent en incrustation sur l'écran. En un clic, l'internaute accède à leur fiche produit et les ajoute à son panier. Il a également la possibilité de poser ses questions dans un chat, l'animateur y réponds en direct. Pour les retardataires, la vidéo reste accessible en replay sur le site internet ou les réseaux sociaux de l'enseigne.

Pour la phase de test du Live Shopping, réalisée avec les magasins nordistes de Villeneuve d'Ascq et Roncq, Caast TV a étroitement collaboré avec les équipes terrain. Animés par des collaborateurs de l'enseigne et diffusés sur la page Facebook des points de vente, ces pilotes ont confirmé l'intérêt du modèle et ont permis de définir les axes d'amélioration en termes de présentation, scénographie, horaire...

Depuis septembre 2021, le format est déployé au national. Kiabi donne désormais rendez-vous chaque mois à sa communauté pour un live national thématique diffusé sur kiabi.com et relayé sur Instagram. Les live animés par les magasins habilités ont quant à eux vocation à s'intensifier en 2022.

« Chaque format a ses avantages. Les live animés en local permettent un fort engagement avec notre communauté. Les clientes vont par exemple nous demander, en direct, comment accessoiriser le vêtement présenté. Etant en magasin, nous pouvons facilement aller piocher dans les rayons la ceinture ou le foulard venant compléter le look.

Les live nationaux sont réalisés en studio, avec des looks sur portants, avec une thématique précise (Fêtes, rentrée, cocooning, ...). L'animateur joue alors le rôle de personal shopper et présente des pièces en lien avec l'occasion. La cliente peut ainsi trouver la pièce qu'il lui faut, et toujours à petit prix. » explique Nadia Asse, Leader Projets Kiabi

Un plan de formation inédit pour accompagner les Kiabers

Si certaines enseignes font appel à des partenaires extérieurs pour animer ou filmer les live shopping, Kiabi a pris le parti d'internaliser un certain nombre de live locaux dans les magasins. Animer une session devant des milliers d'internautes, cela s'apprend ! Pour cela, la montée en puissance du live shopping chez Kiabi va s'accompagner d'un ambitieux plan de formation. Appréhender les bonnes pratiques et les attentes des consommateurs, scénariser son intervention avec le bon décor et le bon produit, être à l'aise devant la caméra, adopter la réaction adéquate face aux aléas du direct ou aux questions des internautes... Durant le 1er trimestre 2022, deux journées de formation ont été proposées aux Kiabers volontaires afin de leur donner les clés de l'animation de live.

Qu'en disent les Kiabers ?

« Animer les live shopping est extrêmement gratifiant, tout en étant une grande responsabilité puisque nous représentons la marque. »

« Simplicité et authenticité font partie des valeurs de l'entreprise. C'est aussi comme cela que j'aborde l'animation des live. Cela permet de rester naturels, d'assumer nos petites imperfections qui au final nous rendent peut-être plus humains, plus attachants pour les clients. »

« La formation nous a aidés à savoir comment parler à la communauté, de quelle manière être proche de nos clients, créer du lien avec eux. »

A PROPOS DE CAAST TV

Créée en 2020, Caast TV a créé une solution d'hébergement et de gestion de vidéos d'animation commerciale multi-usage. Experte du live shopping, Caast TV collabore avec une soixantaine de marques et enseignes telles que Fnac Darty, Cultura ou Boulanger. 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...

<https://caast.tv/>

Contact presse

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

Kiabi – Mot Compte Double – France Thebault – Tél. 06 78 65 93 34 – fthebault@motcomptedouble.fr

Cap vers l'international

Convaincu du potentiel du live shopping comme levier d'engagement et de transformation commerciale, Kiabi déploie cette nouvelle approche depuis fin 2021 à l'international. En décembre, Kiabi Espagne a organisé son tout premier live, toujours avec le support de Caast TV. La Belgique et l'Italie devraient prendre le relais courant 2022.



A PROPOS DE KIABI

Créée en 1978 dans le Nord de la France, KIABI révolutionne le prêt-à-porter en lançant un concept de mode à petits prix pour toutes les familles, offre jusqu'alors inédite. S'appuyant sur un réseau de plus de 511 magasins dans le monde, KIABI réalise un chiffre d'affaires de près de 2 milliards d'euros. Symbole d'un état d'esprit simple, universel et heureux de vivre, la mode KIABI propose des collections dessinées en France par une équipe de 56 stylistes intégrés. N°1 français du prêt-à-porter, KIABI compte presque 10 000 Kiabers de 60 nationalités.

Pour nous suivre : www.kiabi.com - LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/kiabi/>