

Du catalogue au live shopping, Françoise Saget poursuit sa conquête du digital avec Caast.TV

Live Shopping Françoise Saget



Depuis 40 ans, Françoise Saget propose à ses clientes des collections gaies, colorées et lumineuses qui respirent la joie de vivre et égayent les intérieurs. Experte du linge de maison, la marque bretonne s'appuie sur son bureau de style pour élaborer des créations exclusives de linge de lit, bain, table et de nuit. Réalisant près de 40% de son CA sur le web, Françoise Saget déploie aujourd'hui un dispositif de live shopping pour offrir une nouvelle expérience d'achat à ses clientes.

« Marque de VAD à l'origine, nous avons peu à peu développé une offre multicanal, alliance du catalogue, du digital et de nos deux magasins » explique Nathalie Varenne-Meyer, Directrice de la Marque. « Si le format papier reste essentiel, une partie de notre clientèle est résolument tournée vers le web. Notre site a d'ailleurs été élu meilleur site E-commerce dans la catégorie "linge de maison" en 2022. Le live shopping nous est donc apparu comme la suite logique de l'histoire que nous construisons depuis 40 ans avec nos clientes. Elles qui ont l'habitude de découvrir nos collections en photo verront chaque mois nos produits prendre vie sur leur écran. Le tombé d'un drapé, l'épaisseur d'une matière, l'intensité d'une couleur... une toute nouvelle manière d'appréhender nos nouveautés. Sans oublier le côté interactif qui garantira un échange fluide et nous permettra de répondre à leurs questions. »

Françoise Saget a choisi Caast.TV pour l'accompagner dans le déploiement de son dispositif live shopping. Chaque mois, une animatrice accompagnée d'une styliste de la marque anime une session de live shopping, sur un thème différent à chaque fois. Le dispositif est prévu en diffusion simultanée sur le site web et sur la page Facebook de la marque grâce à la plateforme technique de Caast.TV. *« Nous accompagnons nos clients pour garantir le succès de leurs opérations commerciales en digital via le Live Shopping. La solution Caast est simple et rapide à installer sur le site e-commerce et ne nécessite pas de développement. Durant le live, les internautes peuvent poser leurs questions en direct. Le live shopping reste disponible en replay à l'issue de la présentation pour pérenniser l'impact positif du live. »* précise Antoine Leclercq, fondateur de Caast.TV

Après un spécial Bretagne dédié aux 40 ans de la marque et un live rentrée axé linge de maison, les équipes ont réalisé en octobre un événement qui a fait la part belle aux matières chaudes et produits cocooning pour affronter l'arrivée du froid. A retrouver sur <https://www.francoisesaget.com/fr-fr/live-shopping>