

FICHE PARCOURS entreprise

1 – L'entreprise

"Ma Petite Etagère" propose la mise à disposition de vêtements de créateurs pour les enfants de 3 mois à 3 ans, plusieurs offres de location (à la pièce ou avec plusieurs pièces). "Ma Petite Etagère" entend se positionner sur le créneau de la mode pour enfants de créateurs français accessible à tous



2° Pourquoi avoir décidé de modifier votre offre actuelle

L'entreprise est une start-up qui a choisi dès le départ un modèle de type économie de fonctionnalité.

Elle s'adresse à une clientèle urbaine qui manque de place pour stocker les vêtements des tous petits et qui a envie d'accéder à des vêtements de qualité et à des vêtements de créateur à des prix raisonnables

3 – Quelle solution innovante proposez-vous ?

Elle propose deux modes de commercialisation :

- formule "**Dressing illimité**" qui permet aux abonnés de choisir 5 vêtements et de le renouveler autant de fois

qu'on le souhaite en échange d'un montant mensuel d'abonnement.

- formule "**A la carte**" qui permet de garder un vêtement pendant 1 mois à -75 % du prix d'achat avant de le retourner.

Comment ça marche ?



S'ABONNER

5 vêtements au choix, échanges illimités !
- 35€ /mois, sans engagement -



À LA CARTE

Tout à -75% du neuf, retour gratuit !
- chez vous pendant 1 mois -

Dans le cadre de l'accompagnement, une nouvelle offre a été exploré : un lieu pour expérimenter et développer des offres de services complémentaires (présentation des formules d'abonnement et des vêtements proposés à la location, atelier de réparation créative et d'up cycling, bar à couture, ...), mise en relation avec la communauté des early-adopters, de réassurance en phase d'achats (lever les freins liés à hygiène, à l'état des vêtements mis en location, ...).

Cette offre physique peut aussi être développée dans des boutiques éphémères sur des lieux existants (cafés poussette) ou dans des espaces de vente de grands magasins (Galeries Lafayette)

4 – Quels sont les bénéfices pour vos clients

Les clients bénéficient des avantages suivants :

- avoir des vêtements de qualité, toujours à la bonne taille et de saison qui évoluent au gré des besoins de bébé,
- une prise en charge de tous les incidents qui pourraient arriver aux vêtements (assurance tache et retouche)
- une hygiène irréprochable et garantie grâce à des vêtements avec des pressings certifiés écologiques.
- une souplesse d'usage grâce aux retours et échanges gratuits
- plus besoin de stocker des vêtements devenus trop petits.

5 – Quel est l'impact sur votre entreprise et vos équipes ?

L'entreprise rencontre des difficultés à se faire identifier sur un concept de location émergent et peu connu, d'autant que certaines cibles clients sont parmi elles peu enclines à louer (réticences sur l'hygiène, sur l'usure, ...).

L'offre doit s'adapter rapidement aux usages; par exemple l'offre initiale imposait aux abonnés la nécessité de renvoyer l'ensemble des vêtements au même moment avant de pouvoir louer d'autres vêtements, ce qui ne correspond pas aux usages des clients.

Dans la phase de démarrage, il est difficile d'avoir chaque vêtement disponible dans toutes les tailles et cela risque de limiter certaines ventes ou provoquer des rebonds de clients vers une autre solution.

6 – En quoi, est-ce que cela déplace les facteurs clef de performance ?

Les clés de performance résident paradoxalement :

- à la fois dans la confiance qui peut être développée dans une boutique physique permettant de présenter les vêtements et les offres d'abonnement et de lever les freins liés à l'hygiène, à l'état des vêtements mis en location, ..., mais aussi de développer des offres de services (nettoyage, atelier de couture et de réparation créative, ..)
- et aussi dans une navigation fluide et efficace sur le site internet permettant les opérations à distance.

7 – Quel a été l'apport de l'accompagnement reçu dans cette action ?

L'accompagnement a permis de re-questionner l'offre initiale développée par l'entreprise pour consolider le modèle économique et proposer de nouvelles options.

8 – Quels sont les nouveaux besoins de votre entreprise pour votre transition vers cette offre d'économie de fonctionnalité ?

Lever les freins des clients pour ce nouveau mode de consommation