

Son-Vidéo.com
INFO•PRESSE

Dossier de Février 2002

Contact Presse

Stephanie Genestar : 01 55 09 17 81

Contacts Son-Vidéo.com

Fondateurs

Philippe Carré - 01 55 09 13 30

Eric James - 02 51 84 24 40

Son-Video.com se positionne pour devenir le site de référence pour le commerce de la hi-fi et de la vidéo auprès du grand public. Il propose pour cela des services d'un niveau supérieur à ceux de la distribution traditionnelle:

Une gamme de produits plus large (en gamme de prix) que les grandes surfaces spécialisées.

Des conseils formulés par des experts, sachant expliquer simplement les besoins des clients.

Des conseillers au moins aussi compétents que les clients experts (nombreux dans ce domaine).

Du conseil personnalisé et des études spécifiques pour les installations complexes.

Des prix attractifs.

Des horaires d'ouverture large (24H/24H),

Un accueil téléphonique et un suivi attentionné des clients.

Toutes les garanties de sécurité de la VPC et des procédures de sécurité rassurantes avec notamment la souscription à l'assurance Fianet.

Cela se traduit par:

- un excellente image auprès de clients (recommandation à des amis),
- un panier moyen élevé (supérieur à 2000 FF),
- la vente de configurations pour experts,
- un croissance soutenue de l'activité,
- un grand nombre de visiteurs et de pages vues (+ de 400000 en Janvier 2001)
- **un site de e-commerce rentable !**

Ouvert depuis septembre 2000, il tire déjà les enseignements de ses premiers mois d'existence pour améliorer

encore ses prestations: nouveaux modes de paiement, services-conseils complémentaires, création d'un club

Son-video avec carte de membre et bouquet de services gratuits.

Dossier de presse - février 2001 - info presse disponible à l'adresse : <http://www.son-video.com/Presse/AccueilPresse.html>

A. Stratégie

1. Une réussite basée sur la qualité du service client

Au-delà de la qualité de l'offre, le client exige aujourd'hui un service de grande qualité. Son-Video Distribution a construit son service clientèle pour en faire le meilleur de la profession. Cette attention porte déjà ses fruits avec une fidélisation remarquable des visiteurs et des clients.

Concrètement, ce service propose:

L'accueil téléphonique avec conseil et explication par téléphone.

La vérification personnalisée des commandes pour garantir nos clients contre toute utilisation frauduleuse de leurs moyens de paiement et pour valider les modalités de livraisons.

Les conseils personnalisés par e-mail pour les questions techniques. Ceux-ci sont rédigés par des experts du domaine. Ces conseils peuvent déboucher sur des études spécifiques pour des installations complexes.

Les lettres d'information par e-mail pour garder le contact avec nos clients et visiteurs (abonnement). Cette lettre donne régulièrement des informations techniques pour améliorer son système et propose en avant-première des promotions.

Des moyens de paiement diversifiés (carte bancaire, contre-remboursement, chèque, téléphone...)

La possibilité de crédit en accord avec un grand groupe bancaire

Un rôle de conseil très important pour que tout achat sur le site soit le bon achat pour chacun.

2. Des conseils d'experts

L'achat hi-fi - vidéo - home-cinéma est à la fois très technique et très affectif car touchant aux passions et aux loisirs. Ce n'est donc que rarement un achat d'impulsion. Le client s'y investit beaucoup. L'analyse de la demande (une étude de terrain de près d'un an a été menée avant le lancement) a démontré que les clients étaient très demandeurs d'explications, de clarté, de pédagogie. L'avènement du home-cinéma, avec la multiplication des technologies numériques, rend cette démarche pédagogique encore plus nécessaire. C'est pourquoi l'équipe de Son-Vidéo.com s'est doté d'une équipe d'experts dans ces domaines. Avec plus de 20 ans dans le domaine de l'audio (audiophile et son professionnel), ils ont su expliquer, rubrique par rubrique, les éléments à prendre en compte pour choisir ses appareils. Cet exercice d'explication fut particulièrement complexe car il devait combiner la clarté des explications et l'approfondissement qu'exigent les amateurs experts. Cette démarche de conseil permet de satisfaire aujourd'hui les clients les plus exigeants, ceux-ci n'acceptant plus de rencontrer des vendeurs moins bien informés qu'eux dans la distribution traditionnelle.

3. Des prix attractifs

4. Une très vaste gamme de produits

Son-Vidéo.com parvient à proposer une gamme de produits très vaste, du baladeur à 14 euros à l'écran plasma à près de 28 000 euros. Dans chaque gamme, les critères de performances ont construit le catalogue pour retenir plus de 800 références de grande qualité. Son-Vidéo.com réunit dans un même lieu le choix des grandes surfaces spécialisées et les sélections de boutiques hyper-spécialisées.

Dossier de presse - février 2001 - info presse disponible à l'adresse : <http://www.son-video.com/Presse/AccueilPresse.html>

5. Un site de e-commerce rentable !

Le business model de Son-Video.com est proche de celui de la VPC traditionnelle. Il prend en compte, bien-sûr, tous les avantages qu'il peut tirer du vecteur Internet et sait répondre aux objections de ses détracteurs par un excellent service.

Son-Vidéo distribution est une entreprise qui base sa rentabilité sur une marge raisonnable et une excellente performance logistique. Sa croissance est basée sur l'augmentation de ses ventes et non sur des spéculations des marchés technologiques.

B. Premier bilan après un an

1. Une croissance soutenue de la fréquentation et des ventes

2. Analyse sociologique des clients : la confirmation de nos choix.

Le client type de Son-video.com :

Il surfe principalement au bureau :

Les pics de fréquentation sont le matin à 9 heures et le soir à 18 heures

Il croit au e-commerce et il est aisé :

Il a confiance, il achète des produits chers, il fait partie d'une catégorie sociale élevée.

Il est passionné :

Sur un mois, plus de 600 personnes ont passé plus d'une heure sur le site.

Les conseils techniques intéressent, le prix n'est pas le seul élément différenciateur sur Internet.

3. Quelques chiffres

Des produits de 12 euros à 28 000 euros

100 marques de haute-fidélité et vidéo parmi les plus grandes marques

800 références produits en vente

1000 pages présentes sur le site

Un répertoire de liens conséquent (1 900 liens)

Un lexique technique (600 explications)

Une vingtaine de pages de conseils très détaillés sur l'acoustique, le choix des produits et leur mise en œuvre

4. Les fournisseurs satisfaits de ce nouveau réseau

Si Internet a récemment véhiculé une image de discount et de prestation au rabais, Son-Vidéo.com a su rassurer les entreprises du secteur audiophile, très attachées à leur image.

La qualité des conseils, le sérieux des informations et la présentation soignée des produits ont permis de proposer à notre clientèle des marques prestigieuses. Nous sommes dans certains cas les seuls à les vendre en ligne, témoignage d'une relation privilégiée.

Parmi ces marques, on trouve :

Acoustic Energy, Dantax, Davis, Teac, Jamo, System Audio, Cambridge, Myryad, Thorens, Monster Cable, Mission, Tascam, Sennheiser, Tannoy, Audioquest, Elac...

Présentation du site



Le site est articulé autour de deux zones distinctes.

- La zone Rayon
- La zone Conseil

→ La zone Rayon

Elle propose différents types de produits, allant du simple Baladeur K7 à moins de 100,00 francs aux téléviseurs à écran plasma avoisinant les 100.000,00 francs.

La force de son-vidéo.com est de pouvoir présenter des grandes marques de qualité qui étaient jusqu'alors absentes du net.

Chaque produit est :

- Classé par prix
- Illustré par une photo
- Accompagné de fiches techniques



Pour guider le choix de l'internaute, l'équipe de son-video.com a établi, pour chaque catégorie de produit, une sélection des produits les plus performants du marché.

Un lexique très complet permet d'éclairer les internautes néophytes.

→ La zone conseil

Chaque catégorie de produits s'accompagne d'une rubrique « Comprendre pour choisir ». Les conseillers de son-video.com donnent à l'internaute toutes les informations nécessaires au choix de son équipement. Comprendre le format cinéma, connaître tous les standards du home-cinéma ou encore comparer tous les supports enregistrables avant de choisir le produit qui convient exactement, devient beaucoup plus simple.

La rubrique « Comprendre pour choisir » permet à l'internaute de devenir un *expert* dans le choix des téléviseurs, des écrans plasma ou encore des graveurs de CD.

Bien évidemment, le site Son-Vidéo.com propose le paiement en ligne sécurisé et également le paiement par carte bancaire, par téléphone ou encore le contre remboursement. Ce paiement est par ailleurs complètement assuré par Fianet (Groupe Axa) pour les transaction en ligne.



La genèse

L'ambition de son-video.com est de réellement se différencier des sites traditionnels grâce à son service, la qualité de ses conseils et des produits présentés.

Une étude publiée par Sofinco en décembre 1999 sur les intentions des français vis à vis de leurs achats sur Internet a confirmé l'idée que le site pouvait être rentable rapidement, grâce à la qualité et la présentation des produits. Les conseils donnés sur le site permettent aux visiteurs de choisir leurs produits en ayant une réelle connaissance des appareils concurrents et des technologies existantes.

Lancé en septembre 1999, à un moment où peu de sites proposaient la vente de matériel hi-fi et vidéo en ligne de façon attrayante, son-vidéo.com est né de la rencontre de Philippe CARRE et Eric JAMES. Le premier a travaillé dans la distribution et le son professionnel, le second est passionné de hi-fi depuis une trentaine d'années et a participé à la rédaction de nombreux magazines en ligne et hors-ligne. De cette rencontre de deux chefs d'entreprise ayant des parcours très différents mais complémentaires est né un projet de site très ambitieux, de par son contenu, sa qualité graphique et la présentation des produits.

D'autres actionnaires ont rejoint le projet en apportant leur savoir-faire, leurs idées ou leurs jugements sur l'évolution de son-vidéo.com.

La moyenne d'âge de l'équipe est de trente huit ans.

Philippe CARRE est le fondateur de la société MTC ArScénique, prestataire technique de services évènementiels au CA de 7 millions de francs. Il apporte à Son-Vidéo.com son expertise de chef d'entreprise, ses talents d'acheteur et sa maîtrise de la logistique.



Eric JAMES est le fondateur et le gérant de la société AML, spécialisé dans le conseil et la formation multimédia. Il apporte à Son-Vidéo.com ses compétences dans la conception d'un site internet ainsi que son carnet d'adresse de spécialiste de l'informatique. Audiophile averti, il apporte par ailleurs un regard complémentaire dans le choix des produits.

Photos des fondateurs en haute définition téléchargeables depuis l'espace presse à l'adresse: www.son-video.com/Presse/PhotosPresse.html

Captures d'écran

disponibles en téléchargement à l'adresse : <http://www.son-video.com/Presse/Ecrans/>



Page d'accueil du site. L'accès direct aux rayons se fait par le sommaire situé sur la gauche.



Page d'accueil de l'espace féminin/décoration



Exemple de sommaire de rubrique - ici les enceintes - avec accès aux fiches conseils associées.



Un lexique technique très détaillé.

Captures d'écran

disponibles en téléchargement à l'adresse : <http://www.son-video.com/Presse/Ecrans/>



Le WAF (woman acceptance factor) est un concept américain que nous sommes heureux d'avoir introduit en France, pays latin qui en avait bien besoin ! Nous proposons toute une sélection de produits compatibles avec les goûts des femmes et, par extension, de tous ceux qui attachent de l'importance à la décoration.



Eviter la surdité est devenu un enjeu majeur avec la multiplication des sources sonores. En tant que fournisseur de hi-fi, mais aussi de baladeurs, nous tenons à participer activement à la lutte contre la surdité.