

Millésima

Distribution Spécialisée / Digital / Innovation / Offre / Marketing / Vente

Le Contexte

Millésima est un négociant de vin bordelais créé en 1983 spécialisé dans la vente directe aux particuliers. D'envergure internationale, l'entreprise compte aujourd'hui 80 000 clients répartis dans une centaine de pays pour un CA de 30 millions d'euros.

Toujours à la pointe de l'innovation, l'entreprise a ouvert sa première plateforme d'e-commerce en 2000.

Le Besoin

Suite à l'internationalisation du marché, une nouvelle clientèle très exigeante a vu le jour. Dans le même temps, les prix des vins Bordelais ont augmenté. L'émergence de ce marché de niche de luxe nécessitait de repenser le marketing multicanal.

Lourde en infrastructure IT, peu souple, la solution open-source alors en place limitait le développement à l'international, la connaissance des nouveaux clients et le marketing produits.

La Solution Aliznet

Afin de répondre au besoin de Millésima l'offre CaaS (Commerce as a Service) d'Aliznet, a été mise en place. C'est une offre unique en Europe qui met à disposition sur le cloud une suite de solutions leaders du marché telles que *Websphere Commerce*, *Digital Marketing Optimization* et *Marketing Center*.

Les Résultats

L'expertise d'Aliznet en e-commerce et en marketing spécialisé a permis d'accompagner Millésima dans sa stratégie de croissance et de transformation.

La plateforme e-commerce solide et réactive, permet d'accueillir les pics d'activités (1million € CA /jour) sereinement.

Le « Time to Market » des nouveaux sites a été divisé par deux, permettant ainsi de déployer en quelques semaines 17 sites à l'international dotés d'outils marketing de précision.

Cela a permis à Millésima d'analyser le comportement et la navigation de ses clients, de segmenter sa demande/offre et de joindre directement ses clients par sms et mail.