

DOSSIER DE PRESSE



vin.co
lafabriquemarketing

Le mot du fondateur

« On assiste aujourd'hui à une multiplication des nouvelles technologies. Pas une semaine sans l'annonce du lancement d'une nouvelle application pour mobile permettant aux consommateurs d'être guidés dans la découverte, le choix, ou l'achat de leur vin. Forts de ce constat, les producteurs de vin se doivent de répondre à ces nouvelles opportunités en fournissant les informations sur leurs produits et différentes offres de vente.

Comment un producteur répond-il à ces obligations ?

Le vin est un produit de la vente parlée donc pour lequel la quantité d'information est très importante. Il était donc nécessaire de gagner du temps dans l'échange des données produit entre les différents intervenants de la vente. »

Philippe Hugon a une idée ingénieuse : développer une plateforme marketing à destination des producteurs de vin, qui leur permet de centraliser leurs données produits pour mieux les diffuser par la suite. Vin.co voit le jour ! Dans ce métier où la rédaction des fiches techniques et la gestion des informations produit occasionnent une perte de temps importante, Vin.co a été très bien reçu !

Pionnier sur le marché du vin et du digital. Philippe Hugon est le dirigeant de l'agence Vinternet depuis 1995, co-fondateur de Wine and Co en 1999, organisateur des conférences LeVin 2.0 en 2010 et co-fondateur espace de co-working vin & digital en 2015.

C'est ainsi naturellement qu'il s'intéresse très tôt à cette problématique en créant Vincod en 2010 qui sera rebaptisé Vin.co en 2014. La plateforme se présente comme « La solution tout-en-un pour gérer votre catalogue produit, dynamiser votre communication et contrôler vos canaux de distribution. »

La société se développe sur fonds propres, s'appuyant principalement sur le bouche à oreille afin d'assurer sa progression. Effectivement, à l'âge de 7 ans, vin.co compte déjà près de 1700 clients dans toute la France et envisage de s'étendre sur le marché de la bière et des spiritueux. Deux catégories de produit qui, comme le vin, ont d'une part une histoire à raconter au sein de leur catalogue produit et d'autre part, le besoin de faire face à l'enjeu de la communication et de la vente multicanal.

Diffuser l'information autrement

Un logiciel métier pour gérer ses données marques et produits

En premier lieu, Vin.co met à disposition une plateforme PIM permettant de centraliser les informations de son catalogue produit. Elle remplace la multiplication de logiciel notamment ceux du pack office, pour les regrouper en une seule plateforme. Vin.co a été développée pour être simple et ludique. Il suffit de renseigner les différentes informations de la propriété telles que les marques, gammes, photos, contacts...

En quelques minutes, les utilisateurs découvrent leurs données diffusées sur différents supports. Ils peuvent dès lors ajouter, remplacer ou supprimer une information, la fiche produit est automatiquement mise à jour.

Un marché d'applications pour dynamiser sa communication

Dans un second temps, Vin.co a développé de multiples applications en fonction des besoins des utilisateurs. Ceci dans le but de répondre à la demande des consommateurs, et ainsi dynamiser la communication de la propriété. Les différents forfaits étant adaptés aux besoins, les utilisateurs n'ont plus qu'à choisir l'outil de communication le plus approprié pour transmettre leurs informations.

Une architecture ouverte pour s'intégrer aux réseaux

Enfin, Vin.co permet au producteur de s'intégrer facilement sur d'autres plateformes. Qu'il s'agisse de ses logiciels en interne tels que la gestion administrative et la gestion de la relation client, ou de ceux de partenaires en externe avec des réseaux traditionnels destinés à l'échange d'information informatisé ou l'acheminement des données dans les réseaux mobiles, ou encore novateurs tels que les objets connectés, etc.

Cette vision de type open-data permet au producteurs d'envisager autrement son développement en reportant ses économies réalisées sur la gestion des données vers le développement de nouvelles applications entre autres la présentation sur des bornes interactives, les objets connectés sur les bouteilles de vin, etc. Le tout en maîtrisant son discours de marque et produit.

La révolution des usages

Auparavant, les relations entre le client et la marque étaient simples. Le lien était seulement physique. Mais aujourd'hui, on assiste à une multiplication des canaux et en conséquences, des points d'entrées différents. De ce fait la gestion est plus difficile à maîtriser. Il était alors nécessaire de trouver une solution appropriée pour les vendeurs et les distributeurs. La maison Johanés Boubée a pris la décision d'utiliser la plateforme Vin.co afin de faciliter l'échange d'information entre ses ventes physiques et ses ventes en ligne, et ainsi mieux maîtriser celles en grande distribution.

Des applications adaptées et bénéfiques

Par ailleurs, les professionnels du vin abordent le désir de pouvoir compter sur un logiciel de gestion complet et simple d'utilisation. En effet, beaucoup d'entre eux s'expriment sur la difficulté à gérer leurs informations produit au quotidien. En outre, très souvent leurs coûts de gestion sont élevés. Faible productivité dans la gestion des contenus marketing, contenus produits pauvres sur les sites e-commerce, données produits éparpillées.... La plateforme offre un gain de temps et une meilleure visibilité. La Famille Perrin, a su trouver au sein de celle-ci une solution fiable, et différents outils lui permettant de diffuser ses informations produit sur de multiples supports de communication.

Une meilleure gestion du temps

Enfin, l'offre Vin.co est adaptée aux besoins de chacun. En effet, une petite propriété peut avoir un moyen rapide d'acquérir simplement et rapidement des fiches produit sans avoir à les modifier constamment sur chaque support. L'information produit est juste, à jour et cohérente. Par conséquent, Vin.co met à disposition des professionnels un outil marketing performant, leur permettant de mieux maîtriser leur communication et ainsi se concentrer sur des tâches plus utiles au développement et à la vente du produit.

Perspectives d'avenir

Vin.co a pour ambition de se développer dans l'année à venir sur d'autres marchés vinicole à l'étranger tels que l'Italie et l'Allemagne. De plus, l'objectif futur de la plateforme serait de proposer une gestion de catalogue produit au sein du marché des spiritueux et de la bière.

Témoignages

Plus de 1700 producteurs font confiance à Vin.co

Estandon :

« Nous partions de très loin dans le domaine de la communication, il était impératif de commencer par mettre de l'ordre dans nos outils et de leur donner un aspect plus attrayant, en accord avec le nouveau positionnement », « C'est un outil hyper puissant, il suffit que je fasse une mise à jour depuis mon interface Vin.co et hop la correction se reporte automatiquement sur tous les supports synchronisés avec la plateforme »

Domaine de Trévallon :

«Le domaine de Trévallon c'est avant tout des vins de garde, notamment avec des vins rouges qui se gardent entre 25 et 35 ans et des vins blancs entre 15 et 25 ans.», « Je connais le produit mais par exemple les personnes qui travaillent au bureau ou encore les agents avec qui nous travaillons n'ont pas une maîtrise totale du produit », « Les agents peuvent directement envoyer des liens pour télécharger les fiches techniques ce qui permet un gain de temps vis à vis de la transmission des données »

Famille Hugel :

« Nous avons une structure de gamme importante avec 20 vins différents, dont certains sont des vins de garde. Il était nécessaire de pouvoir retrouver l'information produit plusieurs années après. », « Le site actuel est en 9 langues, de même pour nos fiches techniques. L'interface est très simple d'utilisation, notamment au niveau de la traduction », « Si je suis à l'autre bout du monde et que je dois présenter un produit que je n'avais pas prévu d'avoir, j'ai juste à aller dans ma base, et enregistrer ma fiche produit sur mon iPad. »

Olivier Leflaive :

« Nous avons déjà un module de fiche technique mais qui était lié à notre logiciel de comptabilité et de gestion de stock. Cela devenait trop compliqué en matière de saisie et de back office », « C'est beaucoup plus simple et rapide, notamment grâce au module de saisie des fiches en anglais », « Ce qui est génial c'est de pouvoir intégrer les notes ainsi que les récompenses sur celles-ci »

Domaine des Bernardins :

« Nous voulions gagner du temps et ne pas écrire 10 fois la même information », « Si quelqu'un fait un changement d'information, que ce soit au niveau des commentaires ou de la dégustation, les supports sont automatiquement mis à jour. », « nous avons l'opportunité de pouvoir proposer au consommateur une fiche claire avec un design amélioré et cohérent. »