



Communiqué de presse

PROSODIE accompagne Intersport dans la montée en puissance de sa stratégie e-commerce

Boulogne-Billancourt, le 24 juin 2008 : Précurseur avec la location de skis en ligne, Intersport, leader du marché mondial et européen de la distribution d'articles de sport, étend depuis décembre 2007 sa stratégie de commerce en ligne à la vente de l'ensemble de ses produits. Pour réaliser et héberger son nouveau portail Internet intégrant sa boutique en ligne, Intersport a renouvelé sa confiance en PROSODIE.

De la commercialisation de services à la vente de produits en ligne

Afin de fédérer son réseau commercial et de développer une stratégie de complémentarité entre les magasins des stations et les magasins de ville illustrée par son service Interlocation depuis 1984, Intersport a créé en 1999, intersportrent.fr. Devenu le leader de la location de skis en ligne, ce service connaît une croissance forte et régulière de son chiffre d'affaires, qui est passé de 2,5% en 2002-2003 à près de 20% sur la dernière saison 2007-2008.

Porté par ce premier succès et par la volonté de créer une véritable synergie avec les magasins, Intersport lance, en décembre 2007, son nouveau portail Internet intégrant une boutique en ligne : www.intersport.fr. Vitrine de l'assortiment magasins avec plus de 6 000 références dont 2 000 sont disponibles à la vente, ce site propose aussi des conseils coaching et des liens vers des blogs thématiques.

« Au travers de ce portail, nous souhaitons coller aux évolutions de la consommation. Grâce aux nombreux conseils du « Coach Intersport », nos clients peuvent comparer les produits et mieux préparer leurs achats en magasin. Et pour les inconditionnels des achats sur la toile, plus d'un millier de références sont disponibles en ligne » explique Michel DAILLY, Directeur Commercial et Marketing, Intersport.

Prosodie e-commerce, le choix d'une solution « guichet unique »

En faisant le choix de s'appuyer sur un service complet métier & technique (conseil, réalisation, hébergement), Intersport bénéficie de la solution guichet unique proposée par PROSODIE.

Cette solution regroupe des partenaires spécialisés dans le paiement en ligne avec Paybox, l'optimisation de la logistique avec Crosslog et les aspects e-marketing avec Netbooster.

La nouvelle boutique est parfaitement intégrée au système d'information d'Intersport. Elle permet aux équipes métier de piloter de façon autonome les catalogues, les articles, les stocks, les prix, les promotions,... Dans ce cadre, PROSODIE a mis en place un mécanisme d'affectation automatique des produits basé sur la norme FEDAS (Fédération Européenne des Associations de Commerçants d'Articles de Sport) pour gérer facilement la profondeur de gamme, représentant 50 000 SKU, Stock-Keeping Units (unités de

gestion de stock). L'automatisation de la chaîne de vente permet d'un seul clic de mettre en vente un article et de créer les différentes interfaces avec les prestataires.

« Nous accompagnons Intersport sur Internet depuis 1999 et avons pu apprécier la montée en puissance de leur business grâce à la pertinence de leur stratégie alliant progressivement la vente de services à celles de produits et, ce dans une vraie logique multicanal. Avec des projets de cette nature, l'e-commerce prend tout son sens et donne à ce canal de vente une dimension accrue, lui assurant ainsi sa pérennité », note Jean-François Teissier, Directeur Marketing, Prosodie.

Des résultats encourageants

« Les premiers résultats sont à la hauteur de nos espérances. Depuis l'ouverture du site e-commerce, nous avons multiplié par 4 le temps passé sur site, par 10 le nombre de pages vues et le trafic par 3 en comparaison avec la même période l'année dernière. Et pour accroître encore l'attractivité de notre portail, nous avons lancé début 2008 un blog foot à l'occasion de l'Euro 2008 dont INTERSPORT est partenaire officiel. Nous allons également créer un site dédié au recrutement de nouveaux collaborateurs. Enfin, sur notre site e-Commerce, nous augmenterons de 50% le nombre de produits proposés » conclut Michel DAILLY, Directeur Commercial et Marketing, Intersport.

A propos de PROSODIE

PROSODIE est un opérateur de services, expert en solutions télécoms et informatiques qui permettent aux clients, partenaires et collaborateurs des grands comptes publics et privés d'échanger à distance des informations qui leur sont destinées. La Société intervient sur les domaines de la Relation client multicanal, de l'infogérance d'applications web et de systèmes d'information, des solutions du business on line (prépaiement, e-commerce) et des services aux opérateurs.

Présent en France, en Espagne, aux Etats-Unis et au Canada, le Groupe a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires consolidé de 172,2 M€ pour un résultat opérationnel courant de 11,9M€.

PROSODIE a obtenu, en décembre 2006, l'extension de la certification AFAQ ISO 9001 à l'ensemble de ses activités sur l'ensemble de ses sites de production français.

www.prosodie.com

Contacts presse

PROSODIE

Laëtitia Baret

Tél. : +33 1 46 84 17 83

E-mail : lbaret@prosodie.com

3d Communication

Dora Delaporte

Tél. : +33 1 46 05 87 87

E-mail : ddelaporte@3dcommunication.fr