



Father & Sons se digitalise avec SoCloz

Father & Sons, marque française de prêt-à-porter et accessoires pour hommes, a ressenti la nécessité de déployer une véritable stratégie de digitalisation. Pour se faire, l'enseigne a d'abord choisi de s'équiper de la brique web-to-store SoCloz. Un premier pas vers l'omnicanalité pour l'enseigne.

UN BESOIN EN LIGNE DIRECTE AVEC LA PROPOSITION SOCLOZ

Bien que le e-commerce ait offert aux consommateurs une expérience d'achat optimale, il ne pourra jamais remplacer le shopping physique. Le consommateur a besoin d'être conseillé, d'essayer le produit, de l'obtenir sans délai. Ce principe est en ligne directe avec l'offre Father & Sons. En effet, comme nous l'explique Emma Pérez, responsable e-commerce de l'enseigne, "Notre produit phare est le costume. Difficile d'acheter un costume en ligne : on a besoin de le voir, de toucher la matière, de l'essayer et même de le faire retoucher. Cette dimension sensorielle et physique est importante et le Click & Reserve a alors pour nous toute sa légitimité."

OBJECTIFS POUR L'ENSEIGNE

- Optimiser le trafic généré sur le web & le convertir en boutique
- Proposer une nouvelle expérience d'achat

"Nous avons pour constante préoccupation la satisfaction de tous nos clients, il est donc important pour nous de leur proposer de nouveaux services, pour une nouvelle expérience d'achat." souligne Emma Pérez.

L'enseigne a choisi SoCloz comme partenaire capable de leur fournir tous les outils indispensables à la digitalisation.

L'intégration de cette première solution n'est que le point de départ d'une longue aventure ! Merci à Father & Sons pour leur confiance.

