

Le web offre la meilleure façon de tester sa literie !

Alors que la révolution Internet est en marche, qu'elle soit sociale, technologique ou économique, le secteur de la literie semble avoir du mal à passer à l'ère du net. Dans ce domaine, moins de 15% des achats se font en ligne, le taux d'abandon (avant passage à l'acte d'achat) avoisinerait les 80%.

Pourtant, GFL (Générale Française de Literie - maliterie.com), fabricant traditionnel depuis 60 ans, a été l'un des premiers dans ce secteur à se mettre à la mode web pour distribuer ses produits. Aujourd'hui il réalise 50% de son activité sur le Net et croit fermement au développement des ventes sur la toile. Sa vision des raisons de son succès : prix, expertise, disponibilité des conseillers, et des services que les distributeurs traditionnels ne proposent pas ...

« A la base, nous sommes un fabricant. Dans nos usines, toutes situées en France, nous maîtrisons parfaitement les différents savoir-faire inhérents à notre métier ». Michel Crepin, le Directeur général de l'entreprise explique qu'après avoir très longtemps produit pour de grandes marques, il a saisi l'opportunité du web dès 2007. « Nous avons vu dans la vente en ligne la formidable opportunité de toucher le client final tout en réduisant les intermédiaires et donc les coûts, pour offrir les produits de même qualité, à des prix plus compétitifs ».

Besoin de tester le produit : 30 nuits d'essai !

La plus grande réticence des acheteurs sur le net vient du fait qu'ils veulent toucher le produit. GFL (maliterie.com) propose alors un argument de poids : il offre 30 nuits pour essayer sa literie ... ou la retourner, pour échange ou remboursement *. En effet, le fabricant sait que tester le produit chez soi est la meilleure des garanties car il faut non seulement quelques jours au corps pour s'habituer à un nouveau couchage, mais d'autres éléments rentrent également en jeu : température de la pièce, perception des sensations réelles de chaque dormeur, etc. Ainsi, pour le dirigeant « **l'essai généralement réalisé en point de vente se résume à s'allonger quelques minutes, tout habillé, souvent chaussures aux pieds, dans l'ambiance du magasin. Tester sa literie de telles conditions est donc un leurre !** ». Aujourd'hui, le fabricant est un des rares à proposer une garantie aussi étendue (30 nuits), transformant ce frein initial en avantage différenciant.

Au final, GFL (maliterie.com) est persuadé que **tous les freins liés au net peuvent être levés**, et même que **la vente en ligne oblige les acteurs à enrichir leurs offres de service** aux consommateurs.

« En e-commerce les services sont déterminants » reconnaît le fabricant. « Nous avons d'abord optimisé la livraison des produits volumineux, puis l'enlèvement des marchandises. Nous travaillons maintenant sur les perspectives de recyclage des produits enlevés. Nous avons également étendu le délai de rétraction à 14 jours, et nos télé-conseillers sont disponibles de 9H à 20H du lundi au samedi et même le dimanche matin ! ».

L'intérêt du web est également de pouvoir **connaître le profil exact de ses clients**. GFL (maliterie.com) qui vend par ailleurs le reste de sa production via ses magasins d'usine, compare et dresse le portrait robot des acheteurs en ligne. Ils achètent en couple et ils sont plus jeunes qu'en magasin, entre 35 et 45 ans (contre 50 à 60 ans). Ils sont donc logiquement plus attirés par les premiers prix. En revanche, la surprise vient de leur intérêt pour les literies électriques : GFL réalise 60 à 70% de son chiffre d'affaires en électrique, le solde en literie fixe. Les ratios s'inversent en magasin.

Bientôt, le blog du fabricant

GFL (maliterie.com) confirme sa confiance dans le développement de la vente en ligne pour les produits de literie. En tant que fabricant, il entend mettre à profit sa crédibilité et sa légitimité sur le sujet pour élargir l'information et faire tomber certaines « fausses idées ». Pour cela, il proposera d'ici quelques semaines son « **blog du fabricant** ». Celui-ci aura vocation à apporter une information relativement neutre qui veillera à livrer les conseils du fabricant pour bien choisir sa literie.

* Retour sans frais pour tout échange, frais de port à la charge du client en cas de remboursement.

A propos de GFL (maliterie.com) :

Fabricant français de literie depuis 60 ans, GFL mise sur la qualité de ses produits et services, et sur l'innovation. Il propose une gamme complète de matelas, sommiers, lits électriques et lits décoratifs, en standard ou sur mesure, pour une production moyenne de 45.000 pièces par an.

www.maliterie.com

Contact presse :

Sylvie Le Roux

06 28 69 05 24

sylvie.leroux@pressentiel.fr