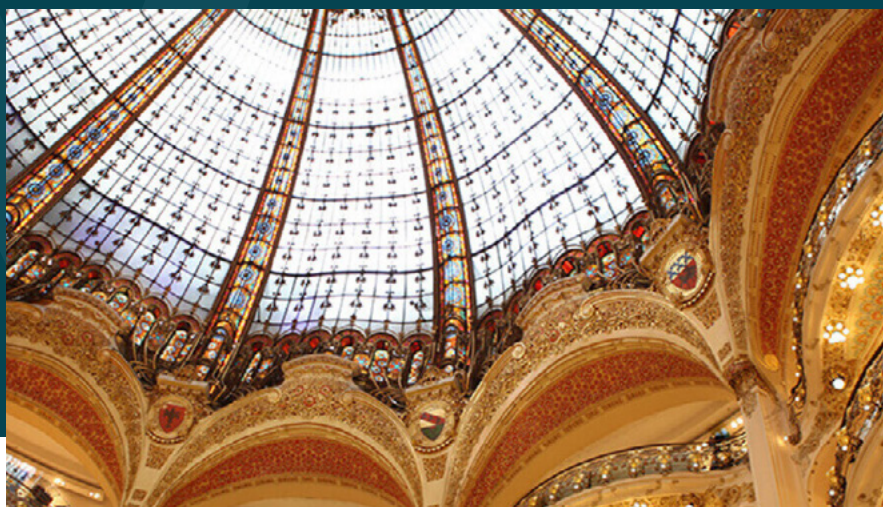


Success Story Galeries Lafayette



Les Galeries Lafayette dématérialisent leurs tickets de caisse grâce à Mailjet

Présentes sur les segments de la mode et de l'accessoire, de la beauté, de la décoration, de l'alimentation, de la restauration et de l'outlet, les Galeries Lafayette rayonnent grâce à un réseau de 62 magasins en France et à l'international - incluant le célèbre magasin du Boulevard Haussmann à Paris - et à leur site marchand, [galeriaslafayette.com](https://www.galeriaslafayette.com). Récemment, les Galeries Lafayette ont décidé de se lancer dans un projet ambitieux et novateur : la dématérialisation de leur ticket de caisse en magasin. Cela signifie qu'au lieu d'imprimer un ticket de caisse classique en papier, ce dernier est inséré en tant que pièce jointe au sein d'un email envoyé à l'adresse fournie par le client. Ce projet s'inscrit principalement au cœur d'un mouvement global lancé par les Galeries Lafayette pour une mode plus responsable, impulsé par l'opération commerciale GO FOR GOOD.

150k

tickets envoyés par mois

99 %

d'emails délivrés

300 km

de papier économisé

Le problème

Les Galeries Lafayette font face à la problématique suivante : les différentes opérations commerciales (remises, campagnes promotionnelles...) donnent lieu à des extensions de tickets de caisse. Ainsi, les tickets de caisse imprimés en magasin sont longs et requièrent une quantité importante de papier. Non seulement il n'est pas pratique pour le client de le récupérer et de le stocker, mais cela pose surtout un problème écologique. L'objectif pour les Galeries Lafayette est donc de réduire les quantités de papier utilisées. C'est dans ce contexte que le projet de dématérialisation du ticket de caisse est né. Pour mener à bien ce projet, les Galeries Lafayette ont mis en place un appel d'offre afin de sélectionner une solution emailing répondant à leurs besoins. Cette dernière devait offrir la possibilité d'envoyer des emails transactionnels aux clients suite à un achat, contenant en pièce jointe un ticket de caisse sous format PDF. Après avoir rencontré plusieurs solutions emailing, le choix des Galeries Lafayette s'est tourné vers Mailjet qui répondait parfaitement à tous leurs critères.

La solution

Depuis les prémices de ce projet de grande envergure, les Galeries Lafayette bénéficient de l'accompagnement d'un chargé de compte au sein de Mailjet. Lors de la phase de déploiement, il a été indispensable pour les équipes de l'enseigne de pouvoir se reposer sur la réactivité et sur l'expertise de ce chargé de compte. Ce dernier a su être force de proposition et apporter des solutions efficaces afin de leur permettre d'avancer le plus rapidement possible. Le chargé de compte a également dispensé une formation aux équipes des Galeries Lafayette directement au sein de leurs locaux. Pour une structure de la taille de l'enseigne qui utilise de nombreux outils différents, il était essentiel que les équipes puissent s'approprier rapidement la plateforme. La formation a permis aux collaborateurs de se rendre compte à quel point les fonctionnalités de Mailjet sont intuitives et faciles à utiliser. Lors de cette formation, le chargé de compte a pu répondre à toutes les questions que pouvaient se poser les participants.

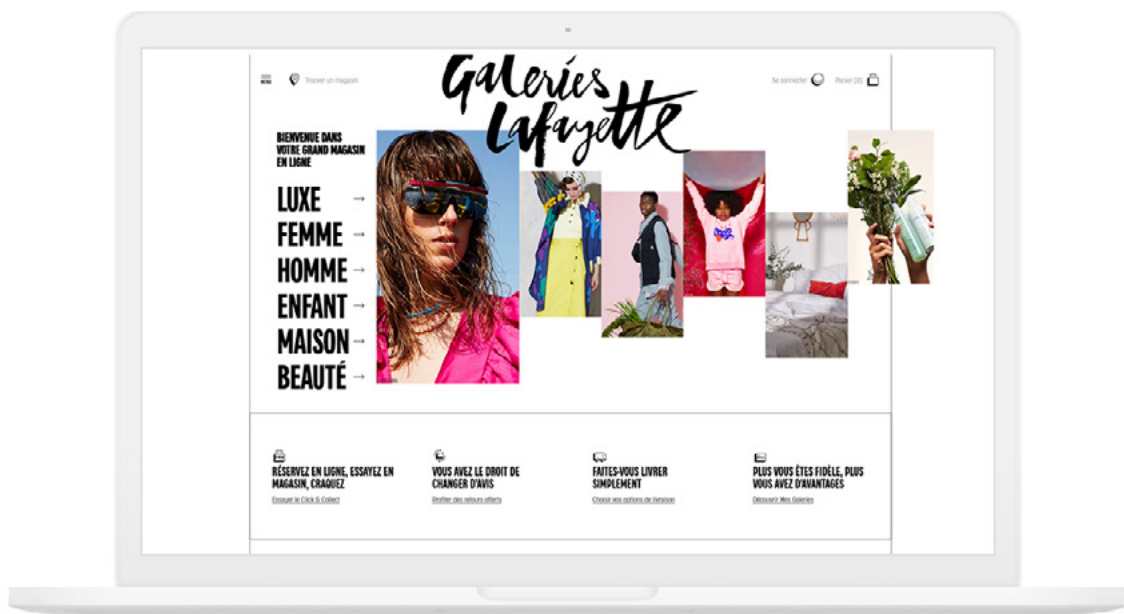


Grâce à Mailjet, le projet a pu être déployé dans l'ensemble des magasins du réseau des Galeries Lafayette.

Les avantages de ce projet sont nombreux. Pour l'environnement : une démarche plus écologique avec moins de papier. Pour le personnel de vente : une facilité d'encaissement permettant de gagner du temps en magasin. Pour les clients : une gestion plus simple de leurs tickets de caisse.

La vision

A ce jour, pour certains magasins du réseau, les tickets de caisse dématérialisés représentent jusqu'à 25% de l'ensemble des tickets générés. Sachant que l'enseigne porte de nombreux projets en même temps, ce chiffre est très encourageant. Et alors que ce projet est accueilli très positivement de la part des clients, le prochain challenge pour les Galeries Lafayette sera d'ancrer la dématérialisation du ticket de caisse dans les habitudes de vente du personnel grâce à un accompagnement de proximité.





« Dans une démarche principalement écologique, nous avons décidé de dématérialiser nos tickets de caisse en magasin. C'est dans ce cadre que nous avons fait appel à Mailjet. Pour un projet d'une aussi grande envergure, il était indispensable que nous puissions être accompagnés par un chargé de compte dédié. Ce dernier a su être présent et nous apporter des solutions rapidement. Et pour les équipes des Galeries Lafayette qui utilisent de nombreux outils au quotidien, la formation dispensée par Mailjet leur a permis de s'approprier facilement la plateforme. »

Sylvia Wizman-Hirschhorn, Chef de projets Marketing chez Galeries Lafayette

Plus de 40 000 entreprises développent des applications et des stratégies emailing réussies avec Mailjet.

CAMAÏEU

 Air Liquide



elior 

 Microsoft

 Kiss Kiss
Bank Bank
Creativity Factory



Partout dans le monde, plus de 40 000 entreprises utilisent Mailjet by **Sinch** pour nouer des relations toujours plus solides avec leurs clients et abonnés, et développent leurs activités grâce à l'email marketing. Des marques comme Microsoft, Air Liquide et My Little Paris font confiance à Mailjet pour envoyer des milliards d'emails chaque année. Mailjet associe un outil de conception d'emails intuitif en « drag-and-drop » à des fonctionnalités de délivrabilité faciles à prendre en main, pour aider les entreprises à créer et envoyer de beaux emails sans avoir à écrire une seule ligne de code.

Pour plus d'informations, visitez mailjet.com/fr.