

## NUMEN accompagne MATY dans sa stratégie de modernisation et croissance web à travers l'implémentation d'une carte cadeau omnicanal.

*NUMEN Marketing, filiale du groupe NUMEN dédiée à la relation client et spécialisée dans la mise en place de programmes prépayé et fidélité, s'est vu confier le projet « programme cartes cadeaux » de MATY. Lancé fin 2016, le service de Numen inclut l'intégration et la gestion d'une plateforme transactionnelle ainsi que la mise en œuvre et l'hébergement d'un site web pour distribuer et utiliser les cartes sur Internet jusqu'à la production et la logistique des cartes et packagings.*

### De la nécessité d'un programme cartes cadeaux

Fondé en 1951 à Besançon, le bijoutier n'a cessé de se renouveler. Acteur historique de la vente de bijoux et de montres par correspondance, la marque a élargi son savoir-faire et propose aujourd'hui plus de 3 500 références de bijoux à travers ses 35 bijouteries et son site e-commerce. Bijoutier créateur au service des émotions des femmes, MATY sait à quel point un bijou est un cadeau engageant. Toutes les créations disponibles offrent un choix extraordinaire pour soi mais celui-ci peut s'avérer plus délicat lorsqu'on achète pour offrir. Plutôt classique ou tendance ? Quelle matière ? Quelle couleur ? Quelle taille ? **C'est pour simplifier l'acte d'offrir, et garantir toute l'émotion d'un présent qui fait plaisir, que MATY a voulu implémenter un programme de cartes cadeaux.**

Depuis 2003, MATY proposait des chèques cadeaux, un outil papier qui ne répond plus aux besoins des clients ni aux ambitions de la marque. Côté client, la carte physique va pouvoir être conservée comme un beau souvenir là où le chèque se détériore... Sans compter la flexibilité de la carte pour la dépenser en plusieurs fois, en bijouterie ou sur internet. Côté marque, le rendu visuel que permet la carte est beaucoup plus valorisant et s'inscrit dans l'élan de modernisation des points de vente MATY. La carte garantit une plus grande sécurisation du produit (qui s'exposera dans son plus bel écrin aussi bien en point de vente physique que sur internet) et de ses transactions.

Attendu tant par les clients (qui trouvent dans la carte cadeau la garantie de faire plaisir et un support d'émotions durable) que par les équipes (qui y voient un véritable outil marketing), **le programme cartes cadeaux s'est imposé comme une évidence dans le développement de MATY.**

### Un programme omnicanal parfaitement adapté aux valeurs et à la stratégie de MATY

Marina Clément, Responsable Web chez MATY, revient sur la sélection du partenaire pour conduire ce projet transverse mobilisant Directions Financière, Marketing, Bijouteries et équipes opérationnelles : « **Nous avons retenu Numen pour sa capacité à s'immerger dans notre univers et à nous proposer des solutions en pleine adéquation avec nos objectifs et en totale cohérence avec notre identité. La fonctionnalité d'organisation de cagnottes (offrir un cadeau à plusieurs) fait, par exemple, complètement sens pour nous qui cherchons à rendre le bijou accessible à toutes les femmes. Un autre atout distinctif de la solution Numen réside dans le large choix d'effets matière offert en termes de visuels de cartes et packagings ainsi que la possibilité de personnaliser entièrement sa carte avec l'impression d'une photo au choix, et d'y joindre un message particulier. Là encore, cela colle parfaitement à notre ADN de bijoutier créateur réalisant de la personnalisation et du sur-mesure. »**



MATY et NUMEN partagent par ailleurs une même conviction quant à la complémentarité des canaux. Si MATY accélère sur sa transformation digitale en ajoutant de nouvelles fonctions à son site e-commerce et en prévoyant le lancement prochain d'une application marchande, elle n'en délaisse pas pour autant le monde physique. En effet, la marque investit pour rendre ses magasins plus chaleureux, colorés, modernes dans l'optique de démocratiser le bijou. L'envoi de catalogues papier est toujours d'actualité et contribue au renforcement de l'image de marque. Elisabeth Zimmerlin, Responsable Grands Comptes chez Numen, commente sur ce point : « **Numen est persuadé que la carte plastique et le courrier papier ont encore de beaux jours devant eux et restent le complément indispensable du digital. Le digital a déjà prouvé son efficacité mais le support physique personnalisé connaît toujours un vif succès par sa dimension émotionnelle. Nous avons tendance à oublier le rapport physique et concret, qui reste cher aux consommateurs et qui peut leur procurer le sentiment d'être extraordinaires.** » **Les cartes cadeaux MATY sont donc disponibles en mode physique et dématérialisé, achetables et dépensables on et off line.**

## Une solution clé en main, rapidement déployée et adoptée

En à peine 4 mois, la refonte du programme de cartes cadeaux était achevée et le module de distribution des cartes intégré au site marchand de MATY. Marina Clément souligne : « *Sans Numen, nous n'aurions pas été en mesure de proposer autant de choix : cartes physiques, e-cartes, organisation de cagnottes... Qui plus est dans le temps imparti. Nous avons amorcé la réflexion en été et souhaitons un lancement pour Noël. Numen a livré dans les temps et selon le niveau de qualité attendu. Cette solution clé en main omnicanal nous a permis de réaliser de très bonnes performances de fin d'année* » Après un plan de formation, les équipes MATY sont maintenant autonomes dans l'utilisation du backoffice pour mettre à jour contenus et visuels.

## De nouvelles opportunités en B2B

De plus en plus sollicitée par les CE, qui souhaitent offrir à leur salariés une carte cadeau MATY, la marque va désormais pouvoir développer ce nouveau canal de distribution grâce à l'espace dédié aux professionnels et disponible sur le module cartes cadeaux.

### A propos de Numen

Société de services informatiques à la fois éditeur de solutions, hébergeur et prestataire de services de dématérialisation, Numen s'engage aux côtés de ses clients dans leurs projets de transformation digitale, d'optimisation de la relation client et de back offices, de gestion documentaire, de valorisation de contenus culturels et sensibles. Grâce à ses 980 collaborateurs-experts, Numen est le partenaire technologique de confiance de plus de 500 entreprises issues des secteurs banque, assurance, immobilier, santé, édition, distribution, culture, industrie, ressources humaines, etc. mais aussi d'institutions européennes et d'organismes publics. Forte de ses 50 années d'expertise, de sa présence locale (16 implantations régionales) et européenne, et de son centre de développement et de BPO à Madagascar, l'entreprise enregistre un chiffre d'affaires annuel de près de 65 millions d'euros.

Pour en savoir plus : [www.numen.fr](http://www.numen.fr) - [www.numen.marketing](http://www.numen.marketing)

#### CONTACT PRESSE NUMEN

Eric Blat

+33 1 53 86 87 40

[eric.blat@numen.fr](mailto:eric.blat@numen.fr)