



EXPERT CRÉATION ET EXÉ CATALOGUES



**Comment améliorer la force
de vente de votre
catalogue ?**



SOMMAIRE

**Comment Easycom vous accompagne sur
la création de votre catalogue ?**

Page 3

**Comment décliner une mise en page de
catalogue qui fait vendre ?**

Page 4

**Comment Easycom vous facilite le suivi
de production de vos supports de
communication ?**

Page 5

**Découvrez 2 exemples de projets
catalogues : Delta Plus et Imbretex**

Pages 8 à 13



Chercher un nouveau souffle et créer de l'appétence pour votre Marque, tels sont les enjeux d'une création graphique différenciante.

Mais une fois le nouveau concept créatif validé, il faut le décliner efficacement sur l'ensemble de vos supports de communication (site internet, e-commerce ou Corporate, plaquette Corporate, catalogues de vente...).

Au delà de la charte graphique ou du design graphique qui valorisent votre Marque, **il faut adopter les meilleurs concepts de merchandising qui optimiseront la capacité de vente de vos supports** et notamment vos catalogues (pour votre réseau de magasins ou votre force de vente).



Comment Easycom vous accompagne sur la création de votre catalogue ?

Tout part de votre brief et des objectifs fixés qui font l'objet d'échanges entre la direction de création et vos équipes. L'objectif est de **définir un brief créatif conforme à vos attentes et à votre identité visuelle**. Les éléments graphiques en votre possession (visuels, logos, textes..) détermineront également le périmètre de la prestation (création des maquettes graphiques, apport rédactionnel, rewriting de textes...) sur vos supports de communication.

Le nouveau concept créatif proposé facilitera la compréhension de votre valeur ajoutée et de votre offre. Le tout, en optimisant la capacité de vente de votre catalogue par l'amélioration du merchandising des pages produits.

Le nouveau concept doit bien entendu se décliner sur les différentes typologies de pages qui n'ont pas le même objectif entre les pages principales et les pages produits.

La Une de couverture doit refléter le contenu du catalogue et/ou affirmer le positionnement de la marque ou votre place sur le marché. Tout dépend du type de catalogue (général ou thématiques ciblés sur une gamme).

Les pages «Services» ou «Corporate» apportent une dimension de réassurance en s'appuyant sur l'histoire de votre Marque et les services clients à valeur ajoutée. D'autres types de page sont également à réfléchir, car elles constituent des leviers de visibilité et de compréhension de votre offre (sommaire, page « aide au choix », entrée de famille...).

Réaliser des maquettes ne se limite donc pas à « faire du beau » mais à **optimiser l'efficacité de vos supports de vente**.



Comment décliner une mise en page de catalogue qui fait vendre ?

Votre support (catalogue général ou support promotionnel) a d'abord l'objectif de développer vos ventes, soit par un canal direct, soit en support d'accompagnement pour votre force de vente.

Quel que soit le mode de commercialisation, le catalogue doit respecter des fondamentaux qui vont **faciliter la compréhension de votre offre à votre client**. Les pages produits sont particulièrement concernées par le sujet car, la mise en page va être déterminante pour faire de votre catalogue un véritable magasin.

Sur le même principe qu'un projet web (site e-commerce notamment), il faut travailler les modèles de page en réfléchissant au zoning pour aboutir à des maquettes fonctionnelles.

La présentation des informations présentes dans une page produit doit répondre au parcours utilisateur et à l'expérience utilisateur ; comme pour votre futur site, il faut travailler l'UX Design...

Il ne faut pas négliger l'importance des visuels dans un catalogue.

Une prestation de retouche photo peut être très utile pour redonner de l'impact aux photos de vos produits. Idem pour les infographies qui viennent illustrer vos contenus.

- Mettre en avant les bénéfices clients du produit « star »,
- il faut **travailler la visibilité des up selling et cross selling qui vont améliorer le panier moyen**,
- Apporter de la réassurance en intégrant des pavés conseil ou des testimoniaux clients et/ou d'experts internes...

Tous ces éléments sont autant de points importants pour la maquette graphique. De la même manière dans un objectif de développer l'omnicanalité, il faut intégrer

dans les pages des leviers pour interagir avec vos autres canaux. Cela peut être : un renvoi vers une page de votre site e-commerce pour détailler une information, un renvoi vers un tutoriel sur les réseaux sociaux, des QR codes, ou encore l'utilisation de dispositifs de réalité augmentée. Alors, cela vous permettra d'**apporter du contenu à forte valeur ajoutée commerciale**.

Easycom vous apporte son expertise sur ces dispositifs multicanal.



Comment Easycom vous facilite le suivi de production de vos supports de communication

La dématérialisation

n'empêche pas la proximité...

Le pilote de projet est présent à vos côtés, au cadrage et au débrief du projet ainsi que tout au long de la production.

Un projet catalogue implique une organisation sans faille dans le suivi de projet. En effet, **produire un catalogue peut prendre plusieurs mois.**

De plus, le catalogue fait appel à **plusieurs compétences qu'il faut coordonner de manière optimale** : l'informatique de production quand il y a des données à récupérer (issues d'un PIM ou d'un export Excel), l'équipe de maquettistes qui va produire les pages, le directeur artistique qui a travaillé sur la charte graphique et la conception graphique, le chef de projet Print en charge de l'impression...

Pour assurer une parfaite maîtrise du planning, **un interlocuteur unique pilote le projet catalogue** et s'assure de la bonne coordination entre toutes ces expertises. Par ailleurs, pour vous permettre de suivre au jour le jour l'évolution de la production de votre catalogue, **nous mettons à votre disposition une solution de validation en ligne : PUBLICAT®.**

PUBLICAT® vous permet de visualiser le chemin de fer de votre catalogue et l'état d'avancement. Un workflow de validation intégré permet de déléguer le contrôle de certaines pages. C'est une solution qui fait gagner énormément de temps à vos équipes dans le suivi des BAT.

DÉVELOPPEZ VOS VENTES !

Découvrez les Livres Blancs proposés par Easycom



Choisir une solution PIM et développer votre stratégie multicanal



SEO/SEA : le combo gagnant pour développer votre e-commerce



Automatiser à 100% la production de votre catalogue



Magento 2, le CMS gagnant pour votre site e-commerce



Développez vos ventes grâce à votre catalogue papier



Déployer une vraie stratégie de Marketing Automation ? Pas si simple !

DÉVELOPPEZ VOS VENTES !

Découvrez les Livres Blancs proposés par Easycom



Produisez plus sereinement vos campagnes catalogues



Une plateforme de marque pour affirmer votre différence



Le support Papier : un canal essentiel pour votre développement



La création de contenu : incontournable pour alimenter vos dispositifs marketing



Distributeur B to B : La plateforme e-commerce faite pour vous !

Pour recevoir un exemplaire de ces Livres Blancs, Contactez-nous !
bonjour@easycom.fr

<https://www.easycom.fr>



La preuve par l'exemple...

Découvrez 2 projets de création et de production de catalogues dans des univers métiers très différents



L'enjeu

DELTA PLUS conçoit, fabrique et distribue une gamme complète d'Équipements de Protection Individuelle et collective.

C'est un acteur mondial reconnu pour son offre globale, son expertise et sa volonté d'être proche de ses clients...

L'enjeu principal de l'accompagnement d'Easycom : La création et la production en mise en page du catalogue général DELTA PLUS. Le catalogue général, véritable vaisseau amiral de la communication offline de DELTA PLUS, c'est 392 pages déclinées en 14 versions de langue.

Il s'agit donc de produire plus de 5 000 pages dans le respect des délais, car la force de vente attend ce catalogue.

Par ailleurs, l'innovation est au cœur du son savoir-faire de DELTA PLUS. Cette quête permanente d'innovation étoffe chaque année les supports catalogues de nouveaux produits. Mais enrichir l'offre en permanence implique de maîtriser la pagination et de réfléchir à la mise en scène de l'offre globale.

Il est vrai que conserver une cohérence et mettre en avant de façon optimale les informations clés n'est pas chose facile quand le nombre de familles et de produits augmentent régulièrement.

Alors comment concilier valeur ajoutée créative et production massive sur un catalogue général ?

Notre recommandation

1 - Définir un nouveau concept créatif pour porter le positionnement différenciant de Delta Plus. Sur les pages "Services": mettre en valeur les informations utiles et les informations de "conseil". Sur les pages "Produits" : instaurer un merchandising de page qui favorise l'accès au choix des produits.

2- Mettre en place un process de production le plus automatisé possible pour optimiser les délais de production tout en conservant une valeur ajoutée créative.

Notre recommandation

Les points clés de la campagne catalogue :

- La création des pages services pour restructurer le discours et mettre en avant les éléments clés de réassurance.
- Privilégier la lisibilité et la navigation dans les pages produits en optimisant les leviers de vente (cross selling, réassurance par les conseils des experts...).
- Dans cet univers de l'EPI, les normes sont incontournables et guident le client dans ses choix. Nous avons repensé les pictogrammes pour leur donner cette capacité à guider le client dans son choix produit.
- Un process de production des pages qui s'appuie sur **des exports de données structurés et une production de mise en page semi-automatisée** pour la version française.
- **La production en full automatique des pages Versions étrangères** déclinées en 13 langues (Plus de 5 000 pages à produire...)
- L'intégration d'une méthode de suivi personnalisée et **la mise en place de notre solution PUBLICAT** (reporting, Workflow BAT, gestion du chemin de fer...)
- La création d'un rabat de couverture en véritable guide / légende du catalogue pour **faciliter l'accès à l'information des normes et des métiers.**

Les résultats

Un catalogue produit dans les délais et conforme en termes de création graphique au concept proposé. Le groupe DELTA PLUS dispose désormais d'un véritable support d'aide à la vente, affichant clairement son professionnalisme, son expertise et donnant la part belle à toute la largeur de gamme et aux multiples engagements de service du groupe.

Protection du crâne
CASQUES DE CHANTIER - DIAMOND

Le casque iconique dans la construction et l'industrie avec son design unique.

Les lignes soulignent la parure sportive et démarquent le casque de la concurrence tout en respectant les codes du casque de chantier.

Inspiration: Casquette de Baseball
Look Textile Casual

Delta Plus protège les femmes et les hommes au travail de la tête aux pieds

Protection du crâne
DIAMOND - CASQUES DE CHANTIER

DIAMOND VI WIND

- Casque ventilé (?)
- Accessibilité pour un port prolongé confortable
- Coupe plus large, bandeau plus grand (?)
- Coussinets d'assise et réglages de largeur pour une ergonomie optimale
- Visière courbée et courtes (?)
- Collier de serrage réglable pour une plus grande sécurité
- Ergonomie certifiée en port inversé (?)
- Change de couleur manœuvrable
- Système de serrage ergonomique One-Click (?)
- Système d'aération multi-canaux au nez pour 2 réglages de bandeau (Heat / Cool) (?)
- Châssis innovant
- Coiffe intérieure : 3 bandeaux textiles avec 8 points de fixation (?)
- Coiffe extensible grande

DYNAMIC JUGBETA

P41

DIAMOND VI WIND	<ul style="list-style-type: none"> Jaune Bleu Orange Vert Rouge Blanc Grise Noir 	<p>Casque de chantier ventilé VENT. Avec inséparable de la casquette baseball qui donne une vision verticale plus importante. Vent en port normal et en port inversé pour une meilleure ventilation. Coiffe intérieure : 3 bandeaux textiles avec 8 points de fixation. Système de serrage ergonomique ONE-CLICK réglable. Après de 1000 à 1500 cycles. 2 systèmes possibles de tir de tête (base fixe) pour un meilleur confort.</p>	<p>CE</p> <p>EN 12492 EN 12493</p>	<p>ANSI Z89.1 2013 CLASS E Type 1</p>	<p>354 g</p>	<p>4,25</p>
-----------------	--	---	--	---	--------------	-------------

www.deltaplus.eu

THE SAFETY BOOK

THE SAFETY BOOK

FR

BE

L'enjeu

Nous avons accompagné Imbretex dans son projet d'automatisation de catalogues. Le groupe souhaitait produire 2 nouveaux catalogues thématiques pour les gammes de vêtements professionnels et sport dans les mêmes délais.

Notre recommandation

Nous avons soutenu Imbretex dans la mise en place de cette solution pour répondre au mieux à leur demande :

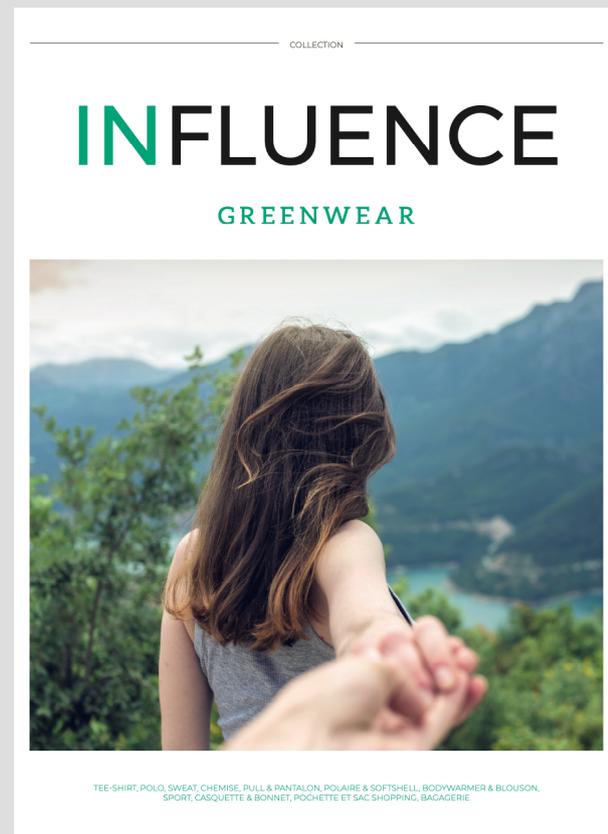
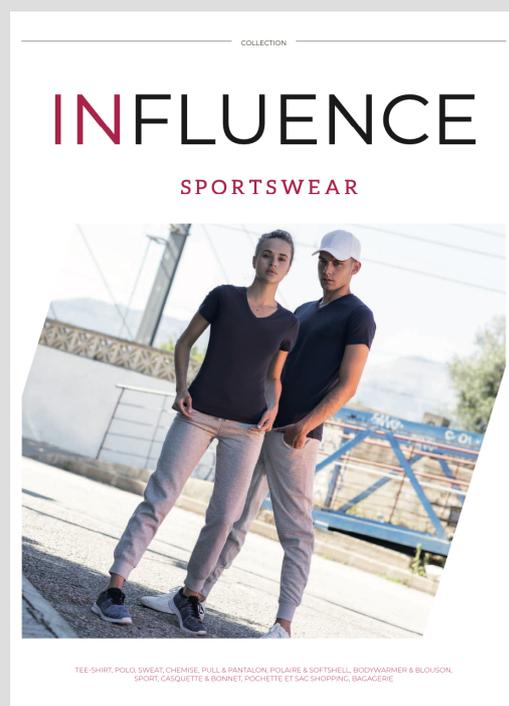
- Mettre en avant une **charte graphique créative par catalogue**, Sportswear et Corporatewear, qui s'adapte aux contraintes d'automatisation ;
- Paramétrer des exports du nouveau PIM et des templates Indesign afin de **pousser au maximum l'automatisation des 2 catalogues et réduire les délais de production**. Easycom avait au préalable intégré la solution **PIM AFINEO** ;
- Création de **valeur ajoutée des maquettistes Easycom** pour la finalisation des pages produits par thématique ;
- Mettre en place une **méthode de suivi personnalisée et adaptée au client** (Workflow, print management, délégation BAT impression...) ;
- **Accompagner** au choix du papier, du surfaçage en cohérence avec le rendu créatif des supports.



IMBRETEx

Les résultats

En termes de résultats, le groupe a atteint les objectifs qu'il s'était fixé à nos côtés ; les 2 catalogues INFLUENCES, Sportswear et Corporatewear, ont été produits à partir de la donnée centralisée du PIM en seulement 2 mois.





**VOUS RAPPROCHER DE VOS
CLIENTS DEVIENT FACILE !**

PARIS

NANTES

LAVAL



in

<https://www.linkedin.com/company/groupe-easycom>

<https://www.easycom.fr>