

Numéro 12 - La Gazette de Zoomici - Novembre 2019



L'édito du CEO

La période de fin d'année est une période très importante pour tous les acteurs du E-commerce. Le Black Friday sonne généralement le départ de la période de Noël et une forte activité pour Zoomici.

Ainsi toute l'équipe est motivée et regonflée à bloc pour répondre aux exigences de nos clients.

Nous cherchons à anticiper les ruptures d'approvisionnement, les logiques retours de

«cadeaux qui n'ont pas plu» etc...

Notre cap: Maintenir un niveau d'excellence qualité pour nos partenaires markeplaces, fournisseurs et bien sûr nos clients.

Mais n'oubliions pas le principal, derrière chaque commande se cache un sourire!

Faisons tous de ce noël un moment magique!

Grégory Orand

OPÉRATION NO EL !

i pour beaucoup Noël est synonyme de congés et de moments passés en famille, pour Zoomici et son équipe, Noël est une période intense et hautement stratégique.

A l'occasion de l'ouverture du salon Kidexpo qui se tient à Paris jusqu'au 27 octobre prochain, le label «Approuvé par les Familles» a dévoilé les chiffresclés de la nouvelle édition de son baromètre de Noël. Un millésime qui s'annonce un peu moins faste que l'an dernier, avec un budget moyen prévu par enfant de 133,88€ (contre 143,05€ en 2018).

Cette année encore, les parents déclarent vouloir commencer tôt leurs emplettes : 62% disent vouloir acheter les cadeaux de Noël dès la Toussaint, contre 21% déclarant préférer attendre le dernier moment. Des achats qu'il faudra faire en nombre : ainsi, un enfant de trois ans, catégorie d'âge la plus gâtée, trouvera sous le prochain sapin plus de 11 cadeaux à son nom en moyenne.

Le service clients et les account managers de Zoomici sont logiquement aux aguets, on cale les derniers préparatifs avec les fournisseurs, on étudie les dernières tendances en matière de produits et on s'attend à la grande déferlante sur les jeux et les jouets mais aussi sur les produits high tech.

Chaque année nous devons aider des irréductibles clients ou des têtes en l'air qui réalisent 4 ou 5 jours avant la date fatidique qu'ils n'ont pas pensé aux cadeaux.

Et la magie de Zoomici opère, nous redoublons d'efforts (et de talents) pour expédier dans les temps une commande passée quelques heures avant et, le vieux monsieur, (déguisé bien souvent en préposé de la Poste) réussit tout de même a bien distribuer le cadeau.



Zoomici se met à l'heure de la RSE



L'équipe de Vipp & Philippe dédiée à Zoomici sur la plateforme d'Anteuil dans le Doubs.

Fort de son réseau de distribution, Zoomici peut désormais prendre toutes ses responsabilités sociétales et environnementales. A cette fin, il vient de signer deux partenariats et d'investir dans l'économie circulaire.

L'opérateur valentinois de e-commerce, distributeur de produits sur une centaine de places de marché dans le monde, vient de signer un partenariat avec le spécialiste franc-comtois de la relation client VIPP & Philippe qui présente la particularité d'employer un maximum de personnes en situation de handicap. D'ores et déjà, dix téléconseillers travaillent exclusivement pour Zoomici sur le site d'Anteuil (Doubs).

Le Drômois vient également de nouer voici quelques jours un autre partenariat avec la plateforme francilienne d'externalisation de tâches digitales Isahit, œuvrant à la réduction de la pauvreté dans le monde. Il va concerner des femmes en Afrique qui réaliseront des fiches produits sur les places de marché.

Un système de circularisation des stocks

Parallèlement, Zoomici vient de mettre en œuvre l'interconnexion des stocks de tous ses clients distributeurs permettant la mise en place d'un système de circularisation de tous leurs stocks. Ce qui autorisera leur redistribution sur d'autres places de marché et évitera ainsi les rebuts : « Nous nous inscrivons pleinement dans une démarche de RSE et d'économie circulaire. Nous avons désormais la taille et la puissance de distribution nécessaires. Ce qui n'était pas le cas jusqu'ici », précise Grégory Orand, le président fondateur de la société valentinoise.

La barre des 100 millions d'euros et des 50 % à l'international

De fait, Zoomici a su se faire une place sur le marché du e-commerce, à côté des géants du secteur avec un chiffre d'affaires de 25.3 millions d'euros enregistré sur son dernier exercice dont 15 % à l'international dans une trentaine de pays. Il dispose d'une plateforme mondiale de distribution et 25 plateformes logistiques en Europe de l'Ouest, aux Etats-Unis et en Australie. Ce sont autant d'éléments qui illustrent le chemin parcouru en moins de dix ans.

Et le Valentinois n'entend pas en rester là. Récemment sélectionné par Google Shopping, il vient d'ouvrir deux nouvelles places de marché en Grèce et au Portugal et vise la barre des 500 places d'ici cinq ans. Son objectif : atteindre en 2022 le seuil symbolique des 100 millions d'euros dont 50 % à l'international où les ventes seront accélérées grâce aux nouveaux moyens dégagés par une prochaine levée de fonds comprise entre 5 et 10 millions d'euros.

Patrick-Michel Vercesi

EN BREF!

Zoomici ouvre une marketplace BUT

boutique sur la

Retrouvez-nous sur www.but.fr





