



Le premier versement intégrant ces nouveaux montants s'effectuera le mois prochain.

Lire la suite

ENTRETIEN

Charlotte Gaillard-Dubost – Présidente et Fondatrice de la société Mégara (Berceaumagique.com)



La société française Mégara a mis en ligne en 2004 la e-boutique Berceaumagique.com qui commercialise aujourd'hui plus de 25.000 produits pour bébés, futurs et jeunes parents, de 280 marques. La société a également lancé en 2020 la plateforme Bebe-info-service.com et le numéro d'appel gratuit associé permettant aux parents de recevoir des conseils de professionnels (pédiatres, sages-femmes, puéricultrices, gynécologues, nutritionnistes, toxicologues...) sur leur santé et celle de leurs enfants, leur bien-être physique ou psychologique, l'hygiène, l'alimentation, le sommeil ou encore l'éveil (ActuBaby n°591).

ActuBaby : Quel bilan dressez-vous pour l'année 2020 marquée par la crise sanitaire et une nouvelle baisse des naissances ? Dans cette période de crise sanitaire, avez-vous remarqué des changements dans le comportement d'achat des futurs et jeunes parents ?

Charlotte Gaillard-Dubost : Malgré le contexte sanitaire et économique compliqué, l'année 2020 a été caractérisée par une très forte croissance de l'activité pour Berceaumagique.com. Notre chiffre d'affaires a ainsi augmenté de +29% par rapport à 2019 pour atteindre 9,5M€. L'entreprise dépasse ainsi les 223.000 commandes, un record historique pour l'équipe de 46 salariés qui a été régulièrement renforcée cette année afin de gérer des pics d'expédition de plus de 1.500 colis par jour. Berceaumagique.com confirme ainsi son positionnement de site de référence sur le marché de l'équipement des futurs et jeunes parents et du cadeau de naissance en dépassant les 10,5 millions de visiteurs en 2020.

Pendant le premier confinement nous avons remarqué des changements importants. En effet, pour de nombreux parents, avoir leurs enfants à la maison en permanence était une première. Nous avons donc constaté une augmentation des ventes des jouets d'éveil, des jouets en bois, des jeux de société et des loisirs créatifs. Les parents ont dû trouver des idées d'activités pour occuper leurs enfants. Ainsi, les DIY proposés sur notre blog 'Le Mag by berceau magique' ont très bien fonctionné. Nous avons très rapidement décidé d'en publier un par semaine sur nos réseaux sociaux. Enfin, nous avons constaté lors de la fermeture des magasins un nombre de rendez-vous beaucoup plus important que d'habitude pour notre service gratuit 'Conseils sur-mesure'.

Quels sont vos axes de travail et projets cette année ?

Nous prévoyons de nombreux temps forts dans l'année afin de proposer des offres attractives et nous organisons des ventes privées avec certaines marques partenaires. Depuis deux ans nous proposons aux acteurs du secteur de la petite enfance de valoriser leurs produits et leur marque à travers des investissements en communication sur nos supports, tels que l'asilage de flyers ou d'échantillons dans nos colis, l'envoi de newsletters dédiées, des publi-rédactionnels, des jeux-concours, ou encore du sponsoring sur les réseaux-sociaux. Nous proposons également des sondages auprès de futurs ou jeunes parents, des tests de produits et de la visibilité influenceurs. Nous valorisons ainsi notre savoir-faire et notre expérience d'expert en communication digitale au service des autres acteurs dans le domaine de la maternité, de la famille et de la petite enfance. Cette année, nous nous lançons dans un nouveau combat en soutenant l'association SOS Préma avec des dons permettant de financer des fauteuil-lits dans plusieurs hôpitaux en France afin de permettre aux parents de rester près de leur nouveau-né hospitalisé, ainsi que l'impression de 35.000 journaux de bord, indispensables au suivi des premiers mois de vie.

Quelle est votre stratégie en matière de communication cette année ?

Nous sommes bien sûr très présents sur les réseaux sociaux, surtout Facebook et Instagram. Nous avons également défini un partenariat avec plusieurs influenceurs autour de notre programme 'Magic family' qui leur propose des tests de produits, de partager nos actualités ou encore de lancer des jeux-concours auprès de leur communauté. Par ailleurs, nous nous sommes rendus compte qu'il était important pour les consommateurs de bénéficier d'avis d'autres parents et les avis en vidéo sont encore plus appréciés. Nous avons donc développé des vidéos consommateurs. A ce jour, nous comptons près de 100 vidéos et notre objectif est de doubler ce nombre avant la fin de l'année. Enfin, nous proposons depuis quelques mois des conseils hebdomadaires en live durant lesquels nous invitons des experts dans différents domaines (sommeil, portage, diététique...).

www.berceaumagique.com

www.bebe-info-service.com

