

Un nouveau concept de ventes par internet est né : Clubatcost

02 octobre 2009

Les adeptes des soldes, des ventes privées ont un nouveau modèle "intéressant" à tester, celui de **Clubatcost**. Imaginé par Pierre Mestre, fondateur d'Orchestra, ce nouveau concept d'achat sur le web, sans intermédiaire et sans marge pourrait bien les surprendre. Son modèle repose sur deux principes. Premièrement, il supprime tous les intermédiaires. Deuxièmement, il crée un club, dont la cotisation conditionne les achats "sans marge". Ainsi, moyennant un abonnement de 120 €, le membre bénéficie de 2 000 € d'économies par rapport aux prix pratiqués en boutique. Pour que le consommateur puisse juger sur pièce, le site présente à chaque fiche produit la décomposition du prix. Exemple : pour une blouse en soie, le prix boutique est établi à 115 €. Le prix club est lui fixé à 33,51€. L'économie réalisée est donc de 81,49 €. "Cette idée m'est venue en voyant le modèle Costco aux USA, où le client américain s'acquitte d'une cotisation de 50 dollars pour avoir le droit de venir dans l'hypermarché. Sans sa carte, il est refusé. Par ce biais, l'enseigne attire ainsi chaque année 28 millions de consommateurs. Qui sont, par la force du concept, très fidèles", explique Pierre Mestre. Reste à savoir si ce modèle trouvera son public dans l'hexagone.

C.Magaud

Évaluation du site

Le site Internet du magazine Points de Vente s'adresse aux professionnels de la distribution. Le site propose un fil d'actualité, un agenda, les dernières nominations.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 1

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine