

Créer sa boîte

Avant de me lancer

Ai-je le bon profil?

Idées de business

Bons tuyaux de créateur

Toutes les étapes de la création

Lancement du projet

Etude de marché & business plan

Budget / financement

Démarche commerciale

Statut / fiscalité / sécu

Formalités

Reprendre une affaire

Franchise

Ouvrir un commerce

Outils et services

Documents modèles

Statuts

Lettres & contrats

Outils en ligne

Mon bureau sur Internet

Business Plan

Formalités de création en ligne

Auto-entrepreneur : vos charges

Bilan de personnalité

Calcul frais kilométriques

Calculez vos délais de paiement

Guide prestataires PME

Infos utiles

Indices & chiffres

Déclarations sociales

Événements

Palmarès

Réclamations clients

Accueil téléphonique

Annuaire des entreprises

Voiture du PDG

Idées de business

Clubatcost, le vêtement à prix coûtant



Sur **Clubatcost.fr**, créé par Pierre Mestre (par ailleurs dirigeant de l'enseigne Orchestra), le prix des vêtements proposés sur sa boutique en ligne correspond aux coûts de production, auxquels sont ajoutés les frais de logistique.

Etienne Gless et Marianne Rey | L'Entreprise.com | Mis en ligne le 05/10/2009

Sur **Clubatcost.fr**, le prix des articles est détaillé en toute transparence : il correspond aux coûts de production, auxquels sont ajoutés les frais de logistique. Et le site indique le prix auquel le produit serait vendu en boutique avec un taux de marge moyen.

Le client sait donc quelle économie il réalise. Mais il doit s'abonner. C'est sur ces adhésions que l'entreprise réalise son chiffre d'affaires. La carte à 30 euros donne droit à 300 euros d'économie sur un an, celle à 120, à 3 000 euros, et celle à 180, à 6 000 euros.

La mode n'est pas sacrifiée. La société a ses stylistes et ses ateliers. « Nos trois marques correspondent à trois niveaux de gamme, précise Pierre Mestre, le créateur du business (par ailleurs dirigeant de l'enseigne Orchestra). En constatant qu'il peut, dans la gamme Access, avoir quatre débardeurs pour 9 euros, le client comprend mieux que le t-shirt à 80 euros dans la marque Precious, avec sa matière noble, n'est pas une arnaque. »



Pour plus d'infos

Clubatcost tente le vêtement à prix cassé par abonnement

Notre dossier : Huit business conçus pour faire de la marge