Brandvoice / #luxe

Baunat, Le Diamantaire Qui A Disrupté L'Industrie De La Joaillerie

Forbes BrandVoice Brandvoice

13 décembre 2018

Plébiscité par les Millennials et les « smarts buyers » : ces acheteurs toujours à l'affût de nouvelles tendances, le joaillier Baunat a réussi le pari de rendre les diamants à portée de bourse. Comment ce nouvel acteur digital native réussit-il à proposer des bijoux répondant aux mêmes standards d'excellence que la Place Vendôme…à prix doux ? Stefaan Mouradian, fondateur de la marque Baunat, nous donne les clefs de son succès.

Créée en 2008, la marque Baunat est devenue un acteur incontournable de la vente de diamants en ligne. Quelle est la différence Baunat ?

Stefaan Mouradian : Le fait d'être une véritable marque et, qui plus est, une marque née en ligne, fait de BAUNAT un acteur disrupteur du secteur. **En effet, BAUNAT est à ce jour, à l'échelle mondiale, la seule marque de bijoux en diamant née en ligne.**

BAUNAT applique les mêmes normes de qualité élevées que les marques traditionnelles et établies de la Place Vendôme… Toutefois, notre approche est différente et tend à rechercher la qualité et la beauté, mais de façon judicieuse… Voilà pourquoi nous ciblons, à travers le monde, l'ensemble des consommateurs bien informés (le segment des 'smart buyers'), et nous le faisons en leur offrant des bijoux de haute qualité à d'excellents prix, combinés à un service exceptionnel.

BAUNAT est en mesure de disrupter le marché grâce à trois domaines d'expertise :

1. Un marketing digital et e-commerce
2. Une capacité d'achat des diamants – le plus gros élément de coût de nos bijoux – directement à la source
3. Un positionnement de marque unique, revendiquant le sacre du « cadeau intelligent » (incarné par notre ligne unique « Dites-le avec BAUNAT »).

La nécessité de réunir ces trois compétences très différentes crée des barrières à l'entrée très élevées pour un segment quasi inoccupé par les marques digitales. Aujourd'hui, BAUNAT opère seul sur ce marché et se démarque des autres acteurs, à savoir :

- une multitude de plates-formes numériques génériques et de supermarchés, qui sont, pour la plupart, des imitateurs du pionnier américain Bluenile,
- les joailliers traditionnels de quartier, en déclin constant
- les marques établies qui n'ont pas su opérer le tournant relatif aux nouvelles habitudes et tendances de consommation

La joaillerie symbolise le luxe ultime. Comment avez-vous réussi le pari de rendre à portée de bourse des bijoux en diamants, en vous inscrivant dans les standards de qualité de la Place Vendôme ?

Stefaan Mouradian : Avant toute chose, BAUNAT propose les mêmes standards de qualité élevés que ceux utilisés Place Vendôme. Cela est rendu possible grâce à un artisanat de premier plan, une création et fabrication des bijoux exclusivement en Europe occidentale, à l'aide des matériaux les plus nobles, notamment des diamants de haute qualité, de l'or 18 carats ou du platine 950.

Cette référence de haute qualité est associée aux valeurs d'efficacité, d'exigence et de transparence, qui sont les dénominateurs communs de notre modèle d'entreprise. Cela se traduit par un refus d'intermédiaires inutiles, que ce soit en amont ou en aval. De fait, nous achetons nos diamants (le plus gros élément de coût de nos bijoux) uniquement à la source et, nous les vendons directement en ligne à nos clients du monde entier. De plus, nous évitons toute quelconque dépendance auprès des fournisseurs et, notre marketing numérique s'avère facilement mesurable. Ce modèle performant permet non seulement de réduire les coûts, mais également d'offrir des produits certifiés (et donc comparables) au meilleur prix, ce qui répond parfaitement à la demande et aux attentes de nos acheteurs avisés.

Par conséquent, et dans la continuité des éléments évoqués précédemment, BAUNAT applique des marges nettement inférieures à celles des marques établies, ce qui profite à notre clientèle avisée, qui n'acceptera jamais de payer des prix excessifs.

Les Millennials et les « smart buyers » vous plébiscitent, racontez-nous comment vous parvenez à fidéliser ces consommateurs très prisés ?

Stefaan Mouradian : L'approche commerciale de BAUNAT cadre parfaitement avec les dernières évolutions et nouvelles tendances relatives aux habitudes et exigences des consommateurs, pour qui, un réel sentiment de confiance naît grâce à un degré élevé de transparence, de conseils, d'expertise et de flexibilité. Une entreprise digitale comme BAUNAT procure de nombreux gages de confiance et de confort qu'un modèle strictement traditionnel n'offre pas ou n'est pas en mesure d'offrir :

1. Sur notre site www.baunat.com, nous mettons en place une très grande section de FAQ éducative et documentée sur les diamants et les bijoux ;
2. La communication, l'orientation, les conseils et le suivi peuvent se dérouler à distance (mail, chat, téléphone), il n'est donc pas nécessaire de se déplacer. Tout peut être réalisé à partir du confort de son canapé….
3. Chaque client a le droit d'annuler et de retourner son achat dans un délai de 30 jours après la livraison ;
4. Tous les diamants sont accompagnés d'un certificat émanant d'un laboratoire indépendant et réputé (comme GIA, HRD ou IGI), ne laissant aucune ambiguïté sur la qualité et les caractéristiques des pierres proposées, d'autant que les descriptions de produits sur notre site sont extrêmement détaillées (les acheteurs à distance n'attendent rien de moins)
5. Les «Millennials» et les « smart buyers», en nombre croissant, accordent une grande importance aux témoignages de clients écrits sur des plates-formes indépendantes (comme Trustpilot), car cela leur procure plus de certitude et de confiance que ce que n'importe quelle entreprise ou marque établie peut revendiquer en son propre nom ou via l'approbation de célébrités «payées». Les clients satisfaits sont aujourd'hui les ambassadeurs de marque les plus crédibles, sinon les seuls. BAUNAT détient la première place du classement mondial dans la section «vêtements et mode» de Trustpilot.

De plus, nos clients ont également la possibilité de se rendre, sur rendez-vous, dans nos showrooms (aujourd'hui à Paris, Anvers, Zurich, Genève, Düsseldorf, Amsterdam, Hong Kong et Mumbai), où ils peuvent rencontrer nos experts, afin d'être guidés et accompagnés.

En somme, notre modèle, à la fois digital et physique, offre le meilleur des deux mondes, notamment grâce à ces valeurs clefs : expertise, transparence, service, facilité et confiance. La combinaison d'une grande satisfaction et d'une confiance absolue (tel que mis en évidence par notre position de n°1 sur Trustpilot) sont les parfaites conditions d'une fidélisation à la marque.

Stefaan Mouradian, PDG de Baunat, dans son atelier d'Antwerpen en Belgique

L'achat d'un diamant ou d'une parure, est toujours un événement à forte charge émotionnelle, quel accompagnement proposez-vous à vos clients pour leurs offrir une expérience inoubliable ?

Stefaan Mouradian : Comme la plupart des bijoux en diamant sont offerts en cadeau à une personne aimée, il s'agit effectivement très souvent d'un achat à forte valeur émotionnelle. Les clients en quête du bijou parfait se posent beaucoup de questions et souhaitent obtenir des conseils professionnels en retour.

C'est pour cela que nous avons à coeur d'offrir le meilleur service possible à nos clients. Ils peuvent entrer en contact avec nous via mail, chat ou par téléphone. De plus, ils ont également la possibilité de se rendre dans l'un de nos neuf showrooms, afin de venir voir notre collection tout en étant conseillés par un expert. Un bijou en diamant dure éternellement, il est donc primordial d'accompagner le client lors de son choix en l'informant de façon transparente et accessible.

Un autre service que nous mettons en place pour notre clientèle est, le suivi constant et individualisé de chaque commande. Comme l'acquisition d'un bijou constitue un achat important, nos clients apprécient grandement le fait que nous les tenions continuellement informés de l'état d'avancement des différentes étapes du processus de production.

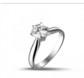
Une fois le bijou finalisé, il est soumis à un strict contrôle de qualité. Par la suite, nous contactons le client afin de planifier ensemble les modalités de livraison, qui est à la fois prise en charge et assurée. Qui plus est, nous n'expédions jamais de colis sans confirmation préalable de nos clients. De cette manière, ils se trouvent rassurés d'être en mesure de réceptionner le colis en main propre et, nous également. Ainsi, nous restons en contact avec le client tout au long du processus d'achat et de production.

Chaque bijou est livré dans un bel écrin, pouvant faire office de coffret cadeau, et est accompagné d'un certificat de garantie, valable 20 ans, d'un petit chiffon d'entretien et d'un joli sac à bijoux. En outre, nos clients peuvent bénéficier d'une politique de retour de 30 jours, leur permettant soit d'échanger leur bijou contre un autre soit de se faire rembourser, ce qui s'avère un vrai gage de flexibilité, notamment pour les personnes qui passent directement commande en ligne.

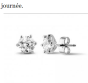
Notre objectif est que chaque client soit pleinement satisfait de son achat. Dès lors, il est pour nous incontournable d'offrir le meilleur service possible et de transformer chaque achat en véritable expérience.

Quels sont vos best-sellers ?

Stefaan Mouradian : Les bijoux les plus plébiscités par nos clients sont, sans aucun doute, les bagues de fiançailles. Nous proposons en effet une large sélection de modèles, tous déclinables en or blanc, jaune, rouge 18 carats ainsi qu'en platine 950. La bague de fiançailles la plus emblématique demeure le solitaire 6 griffes, un grand classique à la fois élégant et intemporel. Les autres modèles qui plaisent beaucoup sont la bague auréole et la bague trilogie, sertie de trois pierres, symbolisant chacune une période : « hier, aujourd'hui et demain ».



Nos clientes choisissent souvent de porter leur bague avec une paire de boucles d'oreilles assorties ou un pendentif issu de la même collection. L'association de bijoux pouvant être modulée selon les diverses envies et différentes occasions qui se présentent au cours de la journée.



Le bracelet rivière constitue un autre incontournable de notre collection. Il est très apprécié car il peut tout aussi bien être porté au travail qu'en soirée.

Outre une importante collection de bagues, colliers, bracelets et boucles d'oreilles, nous disposons également d'un service sur-mesure, accessible à partir d'un budget de € 4.000 HT, grâce auquel nos clients peuvent laisser libre cours à leur imagination et faire réaliser le bijou dont ils rêvent.

À ce titre, l'ensemble de nos bijoux en diamant, réalisés à la main, à Anvers, par nos artisans hautement expérimentés, se révèlent de véritables vecteurs d'émotions et se destinent à être offerts en cadeau aux êtres aimés.

Selon TrustPilot, organisme de référence en matière d'avis clients, Baunat recueille un taux de satisfaction de 9,9/10 et obtient 5 étoiles sur 5 auprès des internautes, quel est le secret Baunat ?

Stefaan Mouradian : Le secret de BAUNAT, expliquant sa place de n°1 sur Trustpilot, réside dans une attitude consacrée au service à l'égard de ses clients, qui fait partie intégrante de l'ADN de BAUNAT. Tous les membres du personnel (dont beaucoup sont actionnaires) considèrent chaque commande comme si elle leur était destinée. Nous mettons ainsi tout en oeuvre pour livrer ce que nous promettons et pour que la moindre demande de nos clients soit comblée et même surpassée. Cela implique qu'en plus de proposer un produit de haute qualité à un excellent prix, nous offrons également à nos clients un service exceptionnel et individualisé, allant même au-delà de leurs attentes. Chez BAUNAT, nous ne considérons pas le service comme un coût, mais comme un vecteur de fidélité à notre marque.

BAUNAT

Smart in Every Way – Fine diamond jewellery | Investment diamonds

1 rue du Faubourg Saint-Honoré – T. +33 1 45 53 38 41

Amsterdam ● Antwerp ● Düsseldorf ● Geneva ● Hong Kong ● Mumbai ● Nice ● Paris ● Zürich

www.baunat.com/fr