CWF

CUSTOMER STORY

neteven
a LECTRA company

COMMENT CWF, EXPERT DE LA MODE ENFANT LUXE ET PREMIUM, A AUGMENTÉ SA CROISSANCE AVEC NETEVEN ?

01

Présentation de la marque

Expert de la **mode enfant depuis 50 ans**, l'histoire de CWF a commencé en 1965 en Vendée (France). A l'origine, l'entreprise nommée Albert SA, confectionnait et créait ses propres collections pour enfant. En 30 ans, le groupe a fait évoluer son modèle et met désormais son expertise du prêt-à-porter enfants aux services d'autres marques. CWF a en parallèle opéré un véritable repositionnement vers le **premium et le luxe**.

Aujourd'hui présent dans **83 pays**, le groupe dispose d'une expertise unique et maîtrise la totalité de la chaîne de valeur, de la conception à la distribution. Chaque année, CWF conçoit près de 55 nouvelles collections enfants pour les plus **grandes marques premium et luxe internationales** telles que Givenchy, Lanvin, Chloe, Kenzo Kids, Marc Jacobs, Karl Lagerfeld Kids, Dkny, Zadig&Voltaire, Boss, Aigle, Timberland...

02

Problématique et objectifs

En plus de ses 2500 points de vente à travers le monde, le groupe a souhaité **tirer profit des canaux digitaux** et les intégrer dans sa stratégie de distribution. C'est dans cette logique de développement que CWF a commencé son partenariat avec **Neteven**.

Avec un double objectif de notoriété et de visibilité, le groupe avait pour ambition de **faire rayonner ses marques à l'international** et de **tester de nouveaux marchés**, tout en gardant **le contrôle sur sa distribution digitale**.

C'est en 2018 que l'entreprise a débuté sa collaboration avec **Neteven**, souhaitant capitaliser sur la **large audience des marketplaces** et augmenter sa croissance.

Face à la complexité de la distribution sur les marketplaces, les spécificités et les règles de chacune d'entre elles en termes de catalogue, de prix et de stock, CWF avait besoin d'un partenaire de choix à ses côtés. **Adapter les données et les process à chaque marketplace nécessitait l'aide d'experts**.

03

Solution et résultats

En se distinguant de la concurrence par **la qualité des marketplaces proposées, le volet international, et l'accompagnement humain dédié** ; **Neteven** a été le premier choix de CWF pour sa stratégie de distribution digitale et e-commerce.
Depuis 2018, **Neteven** a permis à l'entreprise de se lancer sur **6 marketplaces** : La Redoute, Galeries Lafayette, El Corte Inglès, Veepee, Amazon et Zalando. Une stratégie dans le choix des places de marché adaptées aux objectifs de CWF, qui a rapidement été fructueuse. **Sur les 2 dernières années, le groupe a enregistré une croissance de plus de 40,7%**.

Une collaboration réussie pour CWF qui souligne la valeur de **l'accompagnement humain** offert par **Neteven : le suivi, l'écoute, la simplicité et la réactivité** tout au long du partenariat sont des atouts qui permettent de faciliter le travail des équipes en interne, qui peuvent toujours compter sur leur **Customer Success Manager**.

04

Perspectives

Souhaitant développer encore plus sa croissance, CWF planifie avec l'équipe Neteven les prochaines étapes de la collaboration.
CWF pourra s'appuyer sur les conseils et l'expertise de **Neteven** pour développer de nouvelles marketplaces, renforcer sa présence en Europe et se positionner sur les marchés d'Amérique du Nord et d'Asie.

A travers des discussions régulières, **Neteven s'accorde toujours avec les objectifs et les valeurs de CWF, pour définir les perspectives à court, moyen et long terme de ce partenariat à succès**.

> *"Ce que j'apprécie chez Neteven, c'est la simplicité de nos échanges, qui nous permet de partager nos enjeux stratégiques, et être écoutés. Neteven a toujours des solutions pour s'adapter et répondre à nos problématiques."*
>
> **Pascale CREPEAU-DEBORDE**
> Responsable développement e-commerce

CHIFFRES CLÉS

4
années de partenariat avec Neteven

6
marketplaces intégrées

+40,7%
de croissance entre 2020 et 2022

EN SAVOIR PLUS →