

# CWF



CUSTOMER STORY

# COME NETEVEN HA AIUTATO CWF, UN BRAND DI FASHION DI LUSSO E PREMIUM PER BAMBINI, A INCREMENTARE LA SUA CRESCITA

## 01

### Presentazione del brand

Attiva **da 50 anni nel settore del fashion per l'infanzia**, CWF fu fondata nel 1965 nella regione della Vandea, in Francia. In origine l'azienda, che allora si chiamava Albert SA, progettava e produceva proprie collezioni per bambini. In 30 anni, il gruppo ha trasformato il suo business model e ora fornisce il suo know-how nel prêt-à-porter per bambini ad altri brand. CWF si è anche riposizionata nei segmenti del **lusso e premium**.

Attivo in **83 paesi**, il gruppo dispone di una competenza unica e controlla l'intera catena del valore, dal design alla distribuzione. Ogni anno, CWF progetta quasi 55 nuove collezioni per i **più prestigiosi brand di lusso e premium del mondo**, in particolare Givenchy, Lanvin, Chloe, Kenzo Kids, Marc Jacobs, Karl Lagerfeld Kids, DKNY, Zadig & Voltaire, Boss, Aigle e Timberland.



## 02

### Sfide e obiettivi

Oltre ai suoi 2.500 punti vendita in tutto il mondo, il gruppo desiderava **sfruttare i canali digitali** e integrarli nella sua strategia di distribuzione. Per realizzare questa strategia di sviluppo, CWF decise di collaborare con **Neteven**.

Il gruppo aveva il duplice obiettivo di aumentare la sua notorietà e visibilità, per **promuovere i suoi brand a livello internazionale**, e **collaudare nuovi mercati**, mantenendo al contempo il **controllo della distribuzione digitale**.

L'azienda iniziò a collaborare con **Neteven** nel 2018 per espandere la sua presenza su un'**ampia base di marketplace** e incrementare la crescita.

Per far fronte alla complessità della distribuzione sui marketplace e alle loro specificità e regole in termini di cataloghi, prezzi e scorte, CWF aveva bisogno dell'aiuto di un esperto. **L'adeguamento dei dati e dei processi del gruppo a ciascun marketplace richiedeva competenze molto specifiche.**

## 03

### Soluzione e risultati

La scelta di CWF per realizzare la sua strategia di distribuzione digitale e online cadde su Neteven, che si distingueva dalla concorrenza per la **qualità dei marketplace messi a disposizione, la portata internazionale e l'assistenza dedicata.**

Dal 2018, **Neteven** aiuta il gruppo a vendere i suoi prodotti su **6 marketplace**: La Redoute, Galeries Lafayette, El Corte Inglés, Veepee, Amazon e Zalando. Questa scelta strategica di marketplace selezionati appositamente per soddisfare gli obiettivi di CWF si è rivelata ben presto la carta vincente. **Negli ultimi due anni, il gruppo ha registrato una crescita di oltre il 40,7%.**

Questa positiva collaborazione mostra i vantaggi dell'**assistenza personalizzata** fornita da **Neteven: follow-up, supporto, semplicità e reattività** sono risorse fondamentali che migliorano il lavoro dei team, i quali possono sempre fare affidamento sul proprio **Customer Success Manager.**

## 04

### Prospettive

Per incrementare ulteriormente la crescita, CWF sta pianificando i suoi prossimi passi con Neteven.

CWF potrà fare affidamento sulla consulenza e competenza di **Neteven** per vendere su nuovi marketplace, rafforzare la sua presenza in Europa ed entrare nei mercati nord americano e asiatico.

Grazie a riunioni periodiche, **Neteven è sempre perfettamente allineata con gli obiettivi e i valori di CWF nel definire le strategie a breve, medio e lungo termine di questa partnership.**

*“Ciò che apprezzo particolarmente di Neteven è la semplicità del nostro dialogo e la capacità di ascolto, che ci permette di condividere le nostre sfide strategiche. Neteven ha sempre le soluzioni giuste per affrontare e risolvere i problemi.”*

**Pascale Crepeau-Deborde**  
responsabile sviluppo e-commerce

## DATI ESSENZIALI

4

anni di collaborazione  
con Neteven

6

marketplace integrati

+40,7%

di crescita  
tra il 2020 e il 2022

**ALTRE INFORMAZIONI** →