

Vers un luxe plus connecté et engagé



Focus des maisons sur l'expérience client et l'omnicanalité, sans transiger sur leurs valeurs

Menée par Publicis Luxe et Epsilon, experts dans le déploiement des marques de luxe et premium, et Salesforce, leader mondial du logiciel CRM, cette étude présente:

- Un éclairage stratégique sur l'accélération d'une tendance de fond : la montée en puissance de l'e-commerce et de son corollaire, l'omnicanalité.
- Un bouleversement pleinement vécu par les maisons de luxe, comme en témoigne la digitalisation de la fashion week, menée tambour battant.
- Focus sur les 3 impératifs pour engager les clients : répondre présent au bon endroit, engager une relation personnalisée, faire vivre ses valeurs.