

KENZO
PARFUMS



KENZO PARFUMS X SPARTED

**AUGMENTER LES VENTES DE LA GAMME
KENZO PARFUMS A L'INTERNATIONAL DANS
LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION EXTERNE**

Afin d'optimiser la promotion et la vente de ses produits, KENZO Parfums a renforcé son offre de digital learning auprès de 27 184 conseillers beauté dans 50 pays dans les parfumeries de son réseau de distribution externe.

Pour atteindre cet objectif commercial, KENZO Parfums a identifié 2 besoins spécifiques rattachés au département International Retail Education : la diversification de méthodes d'apprentissage et l'accessibilité accrue de son offre de formation.

**KENZO PARFUMS ASSURE LA MONTÉE EN COMPÉTENCE DE SES
CONSEILLERS BEAUTÉ À L'INTERNATIONAL**

L'équipe International Retail Education axe l'accompagnement des conseillers beauté sur 3 axes pédagogiques majeurs :

- Améliorer l'expertise sur le catalogue beauté et soin distribué dans les enseignes partenaires,
- Aligner le discours commercial et l'expérience client avec l'image et les valeurs de KENZO Parfums,
- Développer le storytelling à l'international autour des produits KENZO Parfums.

KENZO PARFUMS ACCÉLÈRE SON OFFRE DE DIGITAL LEARNING

L'équipe International Retail Education a choisi SPARTED comme solution de digital learning afin de maximiser la rétention mémorielle et le processus d'apprentissage des conseillers beauté.

36 000

téléchargements
de l'app KENZO PLAY
sur Play Store et App Store

Fondée en 1970 par Kenzo Takada, la Maison KENZO se positionne alors sur le domaine du prêt-à-porter haut de gamme. En 1987, la Maison KENZO sort son premier parfums et KENZO Parfums se crée l'année suivante. Depuis 1993, la Maison KENZO fait partie du groupe LVMH.

**KENZO Parfums est en
partenariat avec
SPARTED depuis 2016.**

LES INFORMATIONS CLEFS

4 flacons Flower By KENZO
vendus par minute dans le
monde

Distribution externe dans
plus de 50 pays

LA SOLUTION DE SPARTED POUR KENZO PARFUMS

La plateforme de mobile learning basée sur le jeu de SPARTED est un outil clef dans l'offre de digital learning de KENZO Parfums.

Les conseillers beauté ont été engagés et formés grâce à :

- Des sessions régulières de learning appelées "campagne",
- La pédagogie inversée pour l'ancrage mémoriel unique à SPARTED,
- Du microlearning et des contenus impactants,
- Des fonctionnalités et une expérience sur l'application basées sur le jeu,
- Des notifications appelées "Breaking News" pour rediriger les conseillers beauté vers des contenus de formation KENZO Parfums.



Grâce à SPARTED,
KENZO Parfums a atteint :

27 184

apprenants au total



"Grâce à l'application KENZO PLAY, nous formons plus de 4400 conseillers beauté chaque mois sur la marque, les parfums et les soins KENZO."

Denis Jaffrain

International Retail Education Director chez KENZO Parfums

4 432

joueurs actifs sur
l'application par mois

5 542

nouveaux apprenants
sur l'appli entre janvier
et mai 2020

11 765

jours de formation
par mois

2 128

documents de
formation téléchargés
par mois