



STRATÉGIE MULTI-TRANSPORTEURS EFFICACE ET OPTIMISATION DU BUDGET



Grâce à ShippyPro, nous bénéficions désormais d'une plus grande flexibilité dans les intégrations avec les transporteurs, répondant ainsi efficacement aux besoins croissants de notre écosystème omnicanal, que nous étions auparavant contraints de gérer en interne."

LONGCHAMP
PARIS



Benoit Schmid
Responsable IT Retail | LONGCHAMP

MIEUX AVEC SHIPPYPRO

4€/COMMANDE

De réduction par commande expédiée vers le Royaume-Uni

50%

De temps en moins pour la préparation des commandes

1K HEURES

Economisées par an dans les opérations logistiques des boutiques européennes de Longchamp

Omnicanalité et flux logistiques optimisés

Les défis opérationnels auxquels Longchamp est confronté, du fait de son environnement fortement omnicanal, impliquent le flux traditionnel en magasin, renforcé par un système qui permet des expéditions des magasins de la marque vers le web. Pour les clients en ligne, Longchamp réalise des expéditions depuis des entrepôts locaux ainsi que des magasins locaux, incluant également des expéditions internationales directement depuis les magasins. La fin du COVID et l'année 2023 marquent un tournant pour la marque française, qui a enregistré une croissance de plus de 40% en 2023, tant dans les ventes en ligne qu'en magasin. Longchamp a augmenté sa flexibilité dans les intégrations avec les transporteurs en adoptant ShippyPro, qui simplifie la gestion des expéditions et réduit les temps de préparation des commandes en automatisant l'impression des

étiquettes d'expédition. Pour gérer l'augmentation des commandes "Expédition depuis le magasin", la marque a réorganisé ses boutiques, optimisé les expéditions, activé les options transfrontalières et adopté des stratégies pour minimiser les retours. Longchamp a recherché un système sans papier pour les opérations logistiques et le dédouanement et a souhaité intégrer des transporteurs plus durables. ShippyPro a convaincu Longchamp avec son outil d'impression automatique des étiquettes en magasin, qui a réduit par trois les temps d'impression, économisant environ 1 000 heures par an dans les boutiques européennes.

De plus, les coûts compétitifs identifiés grâce à ShippyPro ont permis à la marque d'économiser environ 4 euros par commande au Royaume-Uni.

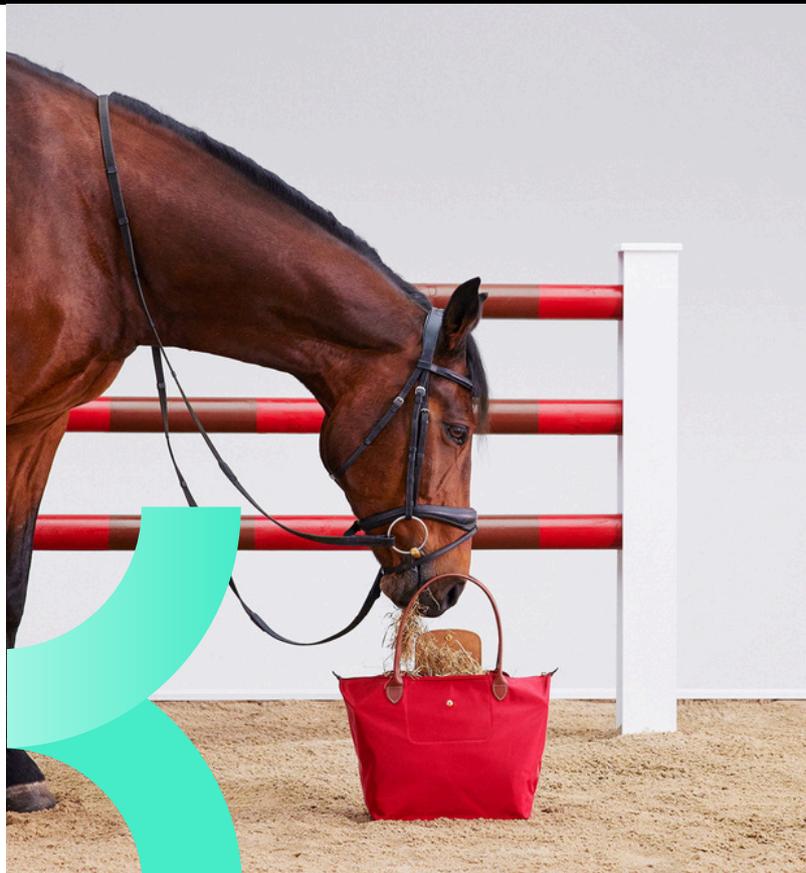


La capacité de ShippyPro à permettre l'impression automatique des étiquettes directement en magasin a résulté en un énorme gain de temps aux points de vente.

Nous avons calculé une économie d'environ 1000 heures par an dans nos boutiques européennes, ce qui représente une réduction de trois fois le temps consacré à l'impression des étiquettes. De plus, ShippyPro nous a permis d'économiser environ 4 euros par commande expédiée au Royaume-Uni avec un nouveau service de transport."



Benoit Schmid
Responsable IT Retail |
LONGCHAMP



LES CHIFFRES DU PROJET

EXPÉDITIONS PAR AN

300 K

PAYS DE DESTINATION

Plus de **25 pays** entre l'Europe, le Moyen-Orient, l'Asie, l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud

À l'échelle **mondiale** pour les achats en ligne

POINTS DE VENTE ET INTÉGRATIONS

350 magasins utilisés pour expédier directement depuis le point de vente

11 Marketplaces

6 transporteurs

1 marketplace multinational

3 marketplaces directs

Une marque emblématique de la mode française

Maison historique de la mode française, Longchamp incarne une élégance qui allie luxe, fonctionnalité et style impeccable. Fondée à Paris en 1948 par Jean Cassegrain, Longchamp est aujourd'hui une marque de luxe française reconnue mondialement. En 1971, Longchamp lance son premier sac à main pour femme, entamant un parcours qui l'amènerait à devenir un symbole reconnu de l'élégance française dans le monde de la mode. L'un des grands succès de Longchamp a été la création du sac "Le Pliage" en 1993, un sac pliable qui combine praticité et élégance, conçu par Philippe Cassegrain, le fils du fondateur. "Le Pliage" est devenue emblématique pour son design unique et sa polyvalence, contribuant

significativement à la renommée internationale de la marque. Aujourd'hui, avec plus de 32 millions d'unités vendues dans le monde depuis son lancement, elle continue de symboliser l'engagement de Longchamp dans l'artisanat de qualité et le style intemporel.

Aujourd'hui, Longchamp est reconnu pour son engagement envers la qualité et le design innovant, employant plus de 3500 personnes à travers le monde. Sa production de sacs à main et de prêt-à-porter figure parmi les plus appréciées au monde et est distribuée en détail dans plus de 350 points de vente, dans environ 25 pays, et même plus de pays en ligne.

[Contactez nos experts](#)

[Commencez avec ShippyPro](#)