

Interview de Kristian Lenz et Thilo Haas, Dirigeants de Connox GmbH, Avril 2016

Messieurs Haas et Lenz, 10 ans que Connox existe, une croissance annuelle à deux chiffres, une équipe qui ne cesse de croître, un assortiment de 2.500 articles pour la France, 15.000 pour l'Allemagne, des milliers de clients, des commandes internationales – comment expliquez-vous ce succès ?

Kristian Lenz : Il y a trois facteurs simples : des clients satisfaits, une équipe motivée et une passion pour les produits que nous vendons. Lorsque l'on grandit rapidement, le client peut vite passer au deuxième plan, et c'est exactement ce que nous avons évité. Tout ce que nous faisons est « orienté-client ». Notre challenge est d'avoir une équipe grandissante qui soit toujours hyper motivée. Chaque membre de l'équipe a pour priorité le client dans son travail quotidien. Il doit être à 100 % satisfait, pas moins ! Jusqu'ici nous gardons ce cap et cela porte ses fruits.

Notre succès peut aussi s'expliquer aussi par le soin que nous apportons au choix des produits. Nous sélectionnons des objets de haute qualité. Le choix de notre assortiment est minutieux. Ainsi le client trouve vraiment le produit qu'il lui faut. Nous nous efforçons de lui donner accès au meilleur du design. Nous croyons en l'individualité des styles.

Du département informatique au marketing vous réalisez presque tout en interne, est-ce aussi un facteur de succès ?

Kristian Lenz : En tant que pure-player dans le secteur du E-Commerce il est indispensable de réaliser ces activités-là, en interne. C'est avec une équipe polyvalente que l'on avance. Il est essentiel de fonctionner ainsi pour offrir au client le meilleur service possible et une expérience e-commerce agréable.

Comment avez-vous eu l'idée de créer Connox ? Comment cela a-t-il commencé ?

Thilo Haas : Il faut savoir que nous avons effectué 10 ans de scolarité en commun, une relation est née et nous l'avons prolongée. Nous avons rapidement vu que nos compétences et connaissances pouvaient être complémentaires. J'avais déjà une boîte de programmation et service informatique : Haas Media GmbH. Kristian lui, avait accumulé un certain nombre d'années d'expérience dans le commerce électronique. Toute son expérience, ses contacts et ses connaissances du marché nous ont été indispensables. Nous avons donc décidé de créer une entreprise bâtie sur des facteurs clés de succès simples, où la communication humaine aurait une place résolument prépondérante.

Pourquoi « Connox » ? Comment avez-vous choisi ce nom ?

Le choix du nom est né d'une véritable réflexion. Tout d'abord nous avons fait une liste de noms assez fantaisistes, qui nous inspiraient, qui nous convenaient pour un nom d'entreprise. Puis nous les avons testés dans les moteurs de recherche, il était important pour nous que le nom ne soit pas déjà utilisé. Et après de longues recherches, le nom « Connox » est resté. La seule autre utilisation de ce nom provenait d'une BD de Science-Fiction de Perry Rhodan qui avait pour titre « La confrontation de Connox ». Ça nous convenait. [Rires.]

Qu'est-ce qui rend votre assortiment unique ?

Kristian Lenz : Nos produits, dans leur individualité sont qualitatifs, extrêmement fonctionnels, ils ont une vraie histoire.

Acheter un meuble ne se fait pas comme on achèterait une baguette. On aime en général essayer, voir, toucher les matériaux... Comment Connox fait la différence avec son site e-commerce ?

Kristian Lenz : Cette question est très intéressante. Il faut croire que les temps changent. Il y a quelques années, la rumeur selon quoi l'on ne pouvait pas vendre des chaussures sur internet était reine, et puis cela a changé... Le e-commerce est l'évolution naturelle du commerce, cela ne signifie pas que le commerce en magasin disparaîtra demain, non plus. Nous avons la TV mais la radio existe toujours, nous avons Youtube et nous continuons tout de même à regarder la TV...

Grâce à notre site e-commerce nous pouvons répondre à de nombreuses problématiques du processus d'achat. Des problématiques avec lesquelles les magasins réels doivent lutter... Nous avons un avantage certain dans la présentation des produits. Nous proposons des visuels 360° et des vidéos. Vous avez aussi grâce aux commentaires clients, la possibilité de connaître les avis et expériences des personnes ayant acheté le produit. Nous sommes aussi capables de proposer une multitude de variantes en termes de couleurs et matières pour un même produit. Les marques que nous mettons à la disposition de nos clients, proposent un choix gigantesque en termes de personnalisation.

Lorsque l'on regarde la courbe de votre développement on se demande si vous avez déjà connu des difficultés, des défis particuliers à relever. Qu'en est-il ?

Thilo Haas : Un de nos plus gros défis annuel réside dans la période des fêtes. A ce moment de l'année nous devons gérer une grande quantité de commandes. D'ailleurs cela commence dès le mois de Septembre, on s'y prépare notamment en remplissant nos stocks. Au mois de décembre nous devons adopter plus de flexibilité, cela concerne tous les départements. Le service client travaille aussi le weekend par exemple, dans les stocks l'activité est quotidienne et certains membres de l'équipe sont sollicités pour aider les collègues à faire les colis ! C'est une belle occasion d'observer les processus de travail pour les optimiser l'année suivante.

Nous sommes une entreprise en constante quête d'amélioration, on observe, on analyse, on améliore. Il existe beaucoup de gens qui sont très critiques face au changement, qui attendent que les erreurs arrivent. Ici on réagit avant que les difficultés ne surviennent.

Enfin, nous sommes attentifs à la solvabilité de nos clients, même si malgré tout, des problèmes surgissent.

Vous travaillez depuis le début avec votre propre logiciel. Pourquoi avez-vous fait ce choix ?

Kristian Lenz: Les logiciels de ce type disponibles sur le marché lors de la création de notre entreprise en 2005 ne correspondaient pas à nos exigences. Avec notre propre logiciel nous avons eu la possibilité dès le début d'optimiser notre site web pour les moteurs de recherche. Nous avons donc été une des premières e-boutique avec des URL à mots clés.

La protection des données et la sécurité sont des sujets très actuels dans le domaine du commerce électronique. Comment les gérez-vous ?

Kristian Lenz : Les données clients ont toujours été ultra sécurisées chez Connox. Nous faisons extrêmement attention à les traiter avec soin dès le début du processus. C'est aussi

une façon d'instaurer un climat de confiance avec nos clients. Notre logiciel interne est aussi très performant à ce sujet.

La vente de données clients, et nous avons eu plus d'une proposition dans ce sens, est vraiment inconcevable pour nous. Nous prenons très au sérieux lorsque nos clients ne souhaitent pas recevoir de publicité, par exemple.

L'Internationalisation est au centre des projets actuels de Connox, quels sont vos plans ? Qu'en attendez-vous ?

Kristian Lenz : Oui, le développement international de Connox est notre projet principal actuellement. Grâce au site connox.com nous vendons déjà à l'international depuis 2010. Grâce aux noms de domaines internationaux dédiés, sur lesquels nous travaillons actuellement nous voulons faciliter le développement de nos ventes internationales. En 2015 nous avons mis en place connox.at, début 2016 est arrivé connox.fr et cette année encore nous avons pour projet de nous ouvrir à 4 autres pays européens. Nous voulons contribuer à gommer les frontières européennes !

Les concurrents sur votre marché sont très actifs, quels sont vos plans pour les affronter dans le futur ?

Kristian Lenz : Une des clés de notre stratégie est d'apprendre à suivre notre propre chemin mais aussi de savoir s'adapter quand il le faut. Pour nous, il n'est pas important de tout pouvoir faire, mais plutôt d'avoir une équipe capable de s'adapter aux nouveaux défis. C'est sur cette ligne que nous souhaitons nous développer

Qu'est-ce que l'on peut souhaiter à Connox pour le futur ?

Kristian Lenz : Laisser notre trace dans un monde moutonnier...

Monsieur Haas, Monsieur Lenz, merci pour cet entretien.

Si vous souhaitez un entretien avec Thilo Haas et Kristian Lenz, contactez-nous !

Photos des dirigeants :

https://www.connox.de/presse/Portraits_Connox-Geschäftsführer.zip

A propos de Connox (www.connox.fr)

Connox est un des leaders de la vente en ligne de mobilier design. L'entreprise, dont le siège social est situé à Hanovre, propose un assortiment de plus de 2.500 produits de haute qualité en permanente évolution vers l'assortiment complet de 15.000 produits. Vous y trouverez de grands classiques du design mais aussi de nombreux objets créés par des designers émergents et prometteurs.

L'équipe, composée de 80 personnes, place le client au cœur de ses préoccupations. Cela garantit un service client performant, qui répond vraiment aux attentes des férus de design.

Connox dispose d'un logiciel développé en interne, pour un maximum de flexibilité et de rapidité dans le développement de ses différents sites web.

Contact Presse :

Connox GmbH
Sarah CHPOLIANSKY
Eckenerstraße 3
30179 Hannover

Tel : +49 (511) 300341-38
E-Mail : presse@connox.de
Internet : www.connox.fr