

Créer une application au service de la marque



Cas d'usage, 2020



Sommaire

Retour d'expérience	3
Enjeux	4
Constat	5
Démarche	7
Résultat	9
Et la suite?	10

Retour d'expérience



Mélanie MINJAUW
Product Owner @
Décathlon Canada



"J'ai aimé la rigueur et l'efficacité fournies par les équipes de Zenika. Cela nous a permis de nous concentrer sur les éléments importants et d'avancer très vite.

De plus, l'état d'esprit de Zenika correspond aux valeurs transmises par Décathlon, c'est un pari gagnant."



Enjeux

Développer la notoriété et l'image de marque Décathlon

Implantée depuis 2018, Decathlon est une marque relativement récente au Canada. L'enjeu majeur est d'accroître la notoriété de la marque, pas seulement à travers ses produits, mais aussi par sa connaissance du domaine du sport. Le tout en gardant un esprit communautaire cher à la marque.

1

**Se positionner
comme un
expert sportif
au canada**

2

**Rendre la
pratique du
sport accessible
à tous à moindre
coût**



Constat



Un terrain fertile au succès

Le sport, une pratique inaccessible

Au Québec, un enfant sur trois ne peut pas faire de sport pour des raisons financières.

Décathlon souhaite changer la donne grâce à son expertise dans le domaine du sport et sa politique de prix abordables.

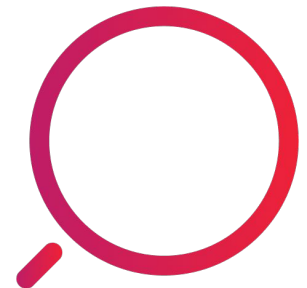
Décathlon : un acteur à part

Décathlon se distingue des autres joueurs de l'industrie en vendant presque exclusivement ses propres marques. Des marques maison, conçues pour chaque activité sportive : Quechua, Kalenji, B'Twin, Kipsta, Tribord...
La R&D fait donc partie de ces aspects qui font de Décathlon une marque à part.

Community, pour gagner en visibilité

Pour accroître sa notoriété et gagner en visibilité, la marque décide en 2018 de lancer Décathlon Community.

D'abord dédié au recensement des lieux de pratiques sportives, le projet pivote rapidement vers l'offre d'activités sportives, plus en adéquation avec les besoins des utilisateurs.



Démarche

Après avoir pivoté et défini son nouvel objectif pour Community, les activités sportives, Décathlon refond le site web et passe à la technologie React.js.

Assez rapidement le besoin est venu de se concentrer sur du natif avec une application mobile.

Manquant de compétences en interne pour ce projet, la marque fait alors appel à Zenika qui développe une première version sur iOS et Android en 6 mois : mise en production en été 2019 pour le nouveau site et l'application.



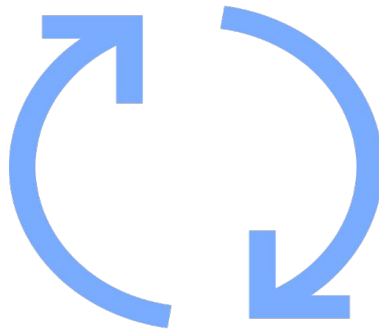


Compréhension des enjeux

- Efficacité : sortir une première version de l'application rapidement
- Notoriété

Création du Minimum Valuable Product (MVP)

- Première fonction : Booking de cours



Formation

Formation des équipes Décathlon à la technologie React Native

Accompagnement & Conseil

Priorisation des tâches et fonctions à implémenter avec notre Product Owner

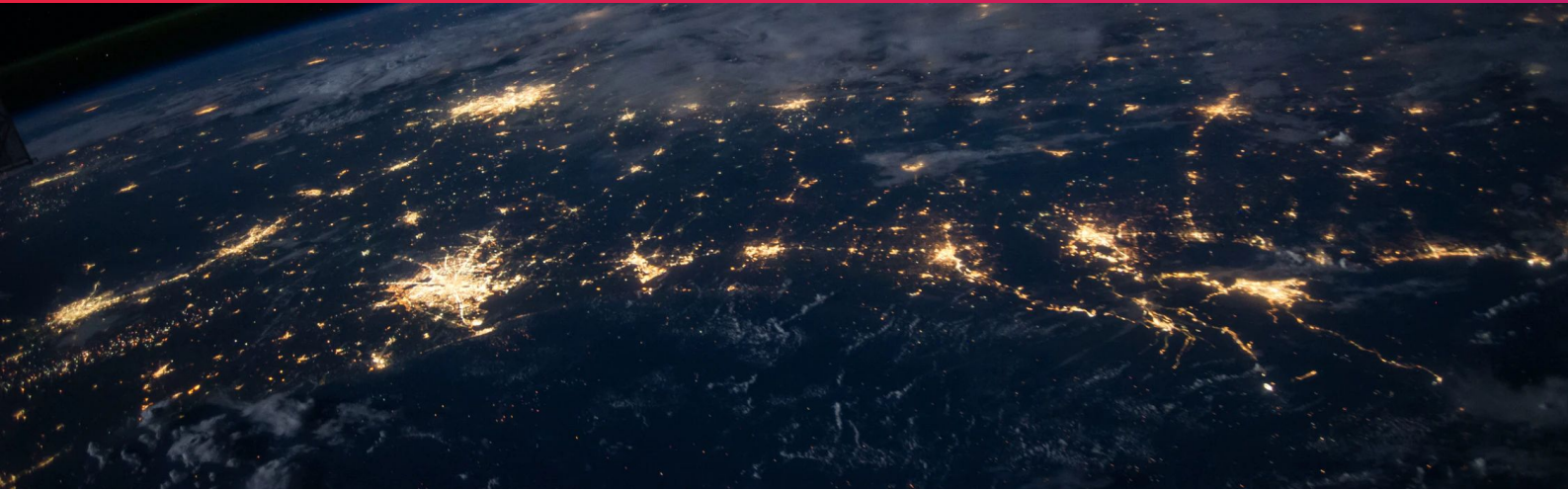
Itération

Ajout de nouvelles fonctionnalités :

- Recherche
- Plateforme pour les coachs
- ...



Résultats



Un succès qui se développe

1

+de 250 coachs
inscrits sur le Grand
Montréal et Québec
City

2

+de 5000 utilisateurs

3

25 000 visites
du site / mois

4

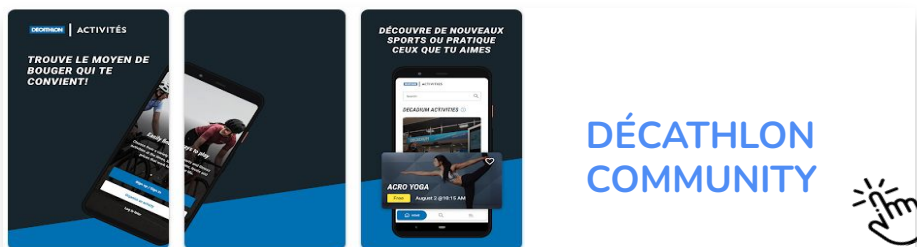
Projet qui se
développe à
l'international

Et la suite ?



Une offre toujours plus complète

- Amélioration de la recherche d'activités
- Gestion multi-activités
- Gestion multi-participants
- Gamification pour améliorer la rétention





Zenika est un cabinet de conseil IT qui accompagne les entreprises dans leur transformation numérique, implanté en France, au Canada, à Singapour et au Maroc.

Lien entre le monde organique et le monde numérique, notre expertise commence par une interface et s'achève au stockage de la donnée et son exploitation, en mode agile, devops, et sécurisé.

Partage, transparence et convivialité sont des valeurs qui portent Zenika, c'est donc naturellement, que notre communauté s'engage fortement dans l'open source et le numérique responsable.

[Découvrir Zenika](#)

LE SPORT POUR TOUS. TOUT POUR LE SPORT.

DECATHLON est convaincu que le sport est une source de plaisir et de bien-être. C'est pourquoi leur mission d'entreprise est de rendre le plaisir et les bienfaits de la pratique des sports accessibles au plus grand nombre, DURABLEMENT.

DECATHLON Canada suit la même vision avec pour objectif d'offrir aux utilisateurs une expérience sportive à 360 degrés à travers tout le pays.





Merci à

Mélanie MINJAUW, Product Owner @ Décathlon
Canada

et **Olivier Damour**, CTO @ Zenika,
pour le temps accordé dans la rédaction de ce cas
d'usage