

Oskab veut rénover la vente en équipement de la maison

Nouvelle enseigne créée dans la métropole lilloise par Olivier Caillat et Alban Menet, Oskab propose plus de 500 collections de meubles modulaires pour la cuisine et la salle de bains en ligne, en magasin et drive. Tous les produits sont made in Europe et garantis quinze ans.

Sur un marché du mobilier de la maison très bataillé, Oskab cherche à se différencier en facilitant l'expérience client avec la promesse «OQC»: «où je veux, quand je veux, comme je veux». «Oskab se revendique comme résolument cross canal en assurant aux clients le même niveau d'écoute en magasin, sur internet ou par téléphone. Notre volonté est de leur permettre d'avoir réellement les manettes dans la réalisation de leurs projets d'aménagement de la maison, dans le choix des produits et de leur mode d'acquisition et d'installation, avec une offre disponible en magasin, en drive ou livrée à domicile, en kit ou prémontée», annoncent Alban Menet et Olivier Caillat, les deux associés fondateurs d'Oskab.

Un site didactique

Créée fin 2012 mais commercialement active depuis janvier 2013, l'enseigne s'est d'abord lancée sur le Net avec 10 000 références dédiées, pour l'instant, aux mobiliers et équipements pour la cuisine et la salle de bains. Il est prévu à court terme d'étendre l'offre à d'autres secteurs de l'aménagement de la maison. «Nous proposons une collection

750 m²
de surface de vente

5
vendeurs
en magasin

20
salariés au total

3 000 m²
d'entrepôt

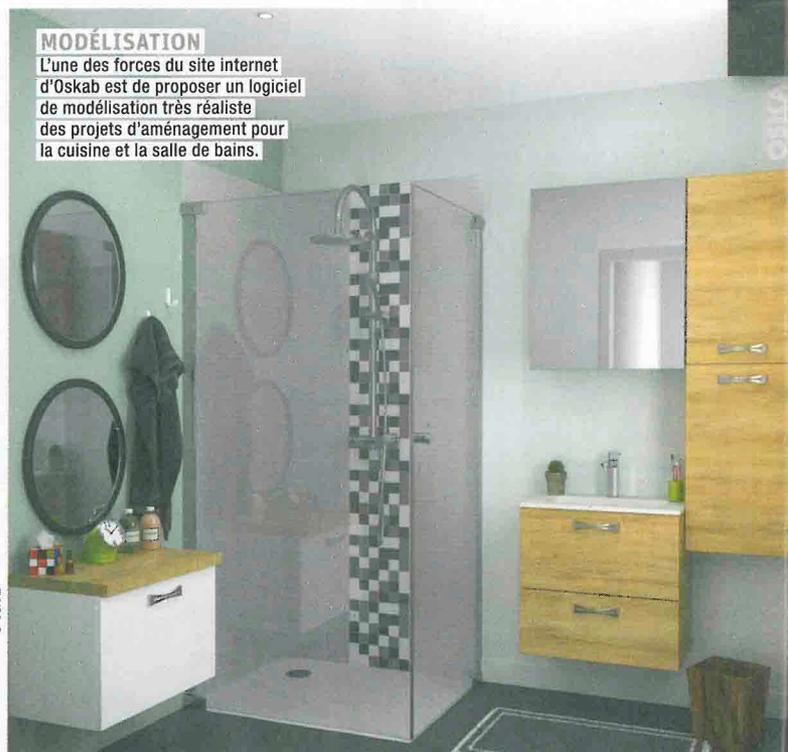
10 000
références
30 modèles avec
250 meubles
en cuisine et
14 modèles avec
246 meubles
en salle de bains

Source: Oskab

de 250 meubles pour la cuisine et autant pour la salle de bains. Nous concevons les plans techniques en collaboration avec un bureau d'études et faisons fabriquer en Europe par une centaine de fournisseurs partenaires. Cela permet une meilleure réactivité de notre approvisionnement, une qualité de fabrication garantie quinze ans, et réduit notre bilan carbone. Pour l'électroménager, nous travaillons avec les grandes

marques du secteur telles Faure/Electrolux, Laden, Whirlpool ou Frionor», poursuivent-ils.

Aligné sur les principaux acteurs du marché, Ikea en tête, Oskab propose des prix fixes, sans promotions car l'offre se revendique every day low price. Le délai de livraison est de quatorze jours à domicile et de une heure après la commande pour le drive, à l'exception du sur-mesure (quatre à cinq semaines) et de l'électro-



MODÉLISATION

L'une des forces du site internet d'Oskab est de proposer un logiciel de modélisation très réaliste des projets d'aménagement pour la cuisine et la salle de bains.

ménager (huit jours). Les frais de livraison s'élèvent à 10 % de la facture, plafonnés à 150 €.

En un an, Oskab a séduit 8000 clients en France mais aussi en Belgique francophone, avec des taux de satisfaction, évalués en interne comme en externe (site : Score e-commerce), très encourageants : respectivement 4,4/5 et 9,43/10. Un résultat dû à une offre modulaire, proposant plusieurs coloris et accessoires en assemblage, et à la pertinence d'un site internet très didactique avec notamment un logiciel de modélisation aussi performant que facile d'usage pour définir et visualiser de nombreuses solutions. « Oskab offre ainsi l'opportunité de découvrir sur son site un vaste choix de possibilités d'aménagement via un look book,

mais aussi une photothèque des projets réalisés par nos clients et leurs avis postés », détaille Olivier Caillat. L'autre force d'Oskab est de dédier un vendeur à chaque client qui suivra son projet, avant, pendant et après sa réalisation.

Magasin-showroom réaliste

Le 15 octobre, Oskab a ouvert son premier magasin dans la zone industrielle de la Pilaterie à Wasquehal (métropole lilloise). Aménagé dans un ancien local industriel, où se trouve également son entrepôt logistique de 3000 m², il s'impose par une grande clarté de l'offre et des possibilités d'aménagement autour de trois univers : une zone d'inspiration, une zone de choix des produits et une zone de conception du projet avec ou sans l'aide de vendeurs. Le parti

pris, très réussi, consiste, dans le premier univers, à mettre en situation plusieurs configurations de cuisines et de salles de bains sur des surfaces très réalistes et variées. On trouve ainsi 9 cuisines (de 3,9 à 14,5 m) et 5 salles de bains (de 1,9 à 12,4 m). La surface habitable est clairement mentionnée, de même que les références des produits mis en scène, avec de nombreuses astuces et conseils d'aménagement.

Malgré les très bons échos des premiers clients, il est prématuré de dresser un bilan de l'apport du magasin vis-à-vis du site internet. En tout cas, Olivier Caillat et Alban Menet veulent se donner le temps nécessaire de peaufiner le concept avant d'envisager toute duplication. À suivre donc... ■

EN SITUATION

La première partie du magasin met en situation différentes solutions d'aménagement de cuisines et de salles de bains, selon des surfaces habitables très réalistes et toujours clairement affichées.

FRANÇOIS LECOCCO



MAGASIN
Lancée d'abord sur internet début 2013, l'enseigne Oskab vient d'ouvrir un magasin showroom de 750 m² dans la zone industrielle de la Pilaterie à Wasquehal (métropole lilloise).



PHOTOS FRANÇOIS LECOCCO

OQC
« Où je veux, quand je veux, comme je veux ! » C'est le credo fondateur d'Oskab. Le client doit avoir vraiment toutes les cartes en main pour concrétiser son projet comme il l'entend.

Où je veux
Emporté ou livré

Quand je veux
En kit ou monté
Prêt à poser ou sur mesure

Comme je veux
Seul ou accompagné
Installé ou à installer



ZONE DE CHOIX

La deuxième partie du magasin présente l'offre par familles de produits, tailles, coloris, combinaisons, accessoires...



AVEC OU SANS ASSISTANCE

Dans la troisième partie du magasin, le client choisit de finaliser son projet et sa commande soit sur l'un des six ordinateurs en libre accès, soit avec l'assistance d'un vendeur dans l'un des six box dédiés.