

Nouveau site FUNICO : outils inédits pour ses clients, et information pour le grand public

incontournables sur le marché du cercueil en France, a effectué en début d'année une refonte complète de son site Internet. Cette version, aujourd'hui fonctionnelle, présente une "vitrine" destinée au grand public, et un espace, dédié à ses clients, possédant de nouvelles fonctions performantes et innovantes. Découverte de la "V1" en compagnie de son directeur, Jérôme Hégo.



... nouveau site Internet, qui, outre sa modernisation et son adaptation aux critères actuels régissant le web [...], s'ouvre au grand public tout en développant l'interface professionnelle...

La société FUNICO, l'un des acteurs

Entreprise familiale connue initialement sous l'appellation "Cercueils du Nord" (créée en 1968 à Seclin, dans le Nord), celle-ci est cédée au groupe international FUNICO dans les années 2000. Après deux déménagements successifs, FUNICO France est maintenant basée à Carvin (Pas-de-Calais) et possède une plate-forme logistique dans les Vosges. Poursuivant son expansion en France, dans les DOM-TOM et à l'international, la société est dirigée depuis 2015 par Jérôme Hégo, qui poursuit le déploiement de la marque.

Dans cet objectif, après des mois de travail, il nous présente le nouveau site Internet, qui, outre sa modernisation et son adaptation aux critères actuels régissant le Web ("responsive web design" et autres), s'ouvre au grand public tout en développant l'interface professionnelle, en y implantant notamment de nouveaux outils d'une utilité certaine et d'un maniement aisé.

Miser sur l'interactivité et l'image

Ce site, uniquement sous le nom de FUNICO (et non plus Cercueils du Nord), marque un vrai tournant avec une refonte totale, tant graphique qu'en matière de contenu. Les deux premières choses que l'on découvre sont l'approche très visuelle et l'accès immédiat aux différentes gammes de produits.

"Le précédent n'était pas fonctionnel, avec des produits manquants, des collections non actualisées, et surtout pas interactif. Pour celui-ci, nous avons misé sur l'interactivité et

Nous avons retravaillé la présentation des produits en nous calant sur celle effectuée par les pompes funèbres...

l'image. Nous avons gardé la partie "infos société", mais ont été ajoutées des vidéos sur les ateliers, la fabrication (filmées sur le site de l'usine de Gand en Belgique). Nous avons retravaillé la présentation des produits en nous calant sur celle effectuée par les pompes funèbres qui privilégient l'exposition différenciée entre inhumation et crémation. Originellement, en tant que fabricant, nous étions plus sur l'aspect "essences", avec des gammes chêne, pin, acajou, ou peuplier par exemple", précise Jérôme Hégo.

Des fabrications spécifiques : ayous et aggloméré

La nouvelle catégorisation se décompose donc en cercueils "inhumation", cercueils "crémation" et cercueils "mixte" (adaptés aux deux pratiques). FUNICO met également en avant des produits qui lui sont spécifiques. Tout d'abord, ce sont les cercueils en ayous (ou abachi, arbre africain) adaptés à la crémation. C'est un bois exotique léger, jaune pâle à texture lisse, sans nœuds et qui fait très peu de cendres. Ensuite, ceux fabriqués en aggloméré.

"Aujourd'hui, peu de nos concurrents proposent ce type de fabrication. Pour nous, cela représente 10 % de nos ventes, car, dans le Nord, c'est d'une utilisation habituelle. L'un de ses avantages concerne le design. En effet, il s'agit d'un panneau de particules sur lequel on vient poser un papier imprimé. Ce qui veut dire que nous avons une immense variété de possibilités en matière de motifs. C'est un procédé moderne, pratique et ouvert... et intéressant au niveau du prix."

Dans ces rubriques "articles", repérables dès l'arrivée sur le nouveau site, on retrouve aussi les autres produits commercialisés par FUNICO : urnes, capitons, registres, housses mortuaires, chariots, croix cimetière et garnitures de cercueil.

Dans le menu horizontal, l'onglet "Infos" ouvre une page consacrée aux liens "amis" et, bien sûr, dans le cadre du partenariat établi avec FunérArts pour l'habillage de cercueil, une URL conduit vers le site de la société de Cristelle Douard, permettant de découvrir l'outil de création et de personnalisation en ligne des cercueils FUNICO. Une page avec des offres d'emploi est également visible. Tout cela est accessible au grand public.

Concevoir sa brochure commerciale personnalisée

"Concernant maintenant la partie réservée uniquement à nos clients, avec accès sécurisé, et s'intitulant "Mon Funico", elle contient les mêmes collections de produits, mais avec, en plus, les fiches techniques (téléchargeables) de chacun d'entre eux. L'innovation est ici la mise en place d'un outil de conception de brochure commerciale personnalisée. Pour créer celle-ci, le client peut ainsi télécharger son logo, les photos (détourées) des articles sélectionnés dans nos gammes, indiquer ses prix, changer les noms des cercueils s'il le désire, modifier le fond (soit un fond disponible dans la banque d'images, soit un fond personnel). Il peut ainsi se faire son propre catalogue en une dizaine de minutes et l'imprimer, le fichier obtenu s'enregistrant au format PDF."

Ce système imaginé par FUNICO est très souple. En effet, le client peut intégrer, en plus dans sa brochure, les fiches techniques, et insérer des commentaires sous les photos. Une fois réalisée, celle-ci est mémorisée dans son espace et un lien direct est généré afin qu'il puisse présenter sa sélection aux familles via un ordinateur ou une tablette, par exemple. De plus, il peut en créer plusieurs s'il le souhaite. Complémentaires à ce procédé, les photos sont téléchargeables individuellement (pour le site Internet de l'opérateur funéraire notamment). Toutes les plaquettes commerciales "maison", les flyers, les newsletters (5 ou 6 par an) sont également mises à la disposition des pompes funèbres.



Capture d'écran sur site www.funico.fr

De nouveaux développements à venir

"De cet espace sécurisé, il est aussi possible de passer directement les commandes. C'est un processus classique, inspiré de l'e-commerce, avec le caddie qu'on remplit au fur et à mesure de ses achats. Un historique de celles-ci est ensuite consultable. Tout est à disposition en permanence dans cet espace professionnel, et l'opérateur funéraire peut différencier ses agences sans problème avec une plaquette personnalisée pour chacune, et commandes idem, etc."

Les prochaines évolutions, qui seront dans la "V2" du site FUNICO, apporteront, entre autres, la visualisation 360° des cercueils (ainsi que l'outil zoom pour voir certains détails). Cette dernière est un gros chantier impliquant des prises de photos sous tous les angles de l'ensemble des cercueils, et devrait être effective cet été. Un autre projet est actuellement en phase de réflexion pour Jérôme Hégo : la mise en place d'un outil d'aide à la conception de salle d'exposition. La mise en fonction de la facturation intégrée est quant à elle envisagée, mais dans une "V3".

"Dans le futur, nous voulons que le site puisse - au niveau de l'espace client - être connecté avec nos bases de données et notre système d'information interne, afin que notre client puisse récupérer par exemple une copie de facture ou de bon de livraison. Cela demande techniquement beaucoup d'études en matière de sécurité et de développement informatiques. C'est également prévu dans le cadre d'une "V3", conclut Jérôme Hégo.

Gil Chauveau

De cet espace sécurisé, il est aussi possible de passer directement les commandes. C'est un processus classique, inspiré de l'e-commerce...