

ÉTUDE DE CAS

LES VÊTEMENTS ORIZON



LE CLIENT

Orizon est une entreprise québécoise fondée par un couple passionné de plein air. Elle conçoit des vêtements et accessoires intemporels, fabriqués à la main à partir de fibres naturelles comme l'alpaga, le mérinos et la laine vierge. Alliant confort, style et durabilité, Orizon crée des pièces qui reflètent l'héritage canadien.

LEUR DÉFI

Développer la présence d'Orizon sur le marché anglophone de la Colombie-Britannique grâce à une stratégie combinant localisation de la marque et développement commercial. L'objectif était d'adapter les outils de communication, d'établir des partenariats avec des revendeurs ciblés et de jeter les bases d'un réseau de distribution durable.

OBJECTIFS

- ✓ **ADAPTER LA MARQUE AU MARCHÉ ANGLOPHONE**
- ✓ **IDENTIFIER ET APPROCHER LES BONS PARTENAIRES**
- ✓ **ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL**

APPROCHE ADOPTÉE

- Recherche et sélection de revendeurs ciblés
- Élaboration d'une stratégie de prospection commerciale
- Prises de contact auprès de distributeurs et de points de vente
- Développement de partenariats stratégiques
- Adaptation des outils de vente et des supports marketing au marché anglophone
- Accompagnement stratégique tout au long du développement commercial

RÉSULTATS OBTENUS

Cette démarche a permis de préciser le positionnement d'Orizon sur le marché anglophone et de bâtir une stratégie de développement adaptée à sa clientèle cible. Grâce à un discours de marque clarifié et à une approche commerciale structurée, plusieurs revendeurs ont manifesté un intérêt pour intégrer les produits Orizon à leur offre. Cette première phase a permis de poser les bases d'un réseau de partenaires solide et de soutenir la croissance future de la marque dans l'Ouest canadien.