

Les Étapes de la Digitalisation de la Maison



Fin du 20ème siècle : Face à la Révolution Digitale

- Nouveaux défis : Exclusivité VS Accessibilité
- Protection de l'image de marque
- La résistance au E-commerce



Premiers Pas vers le Digital

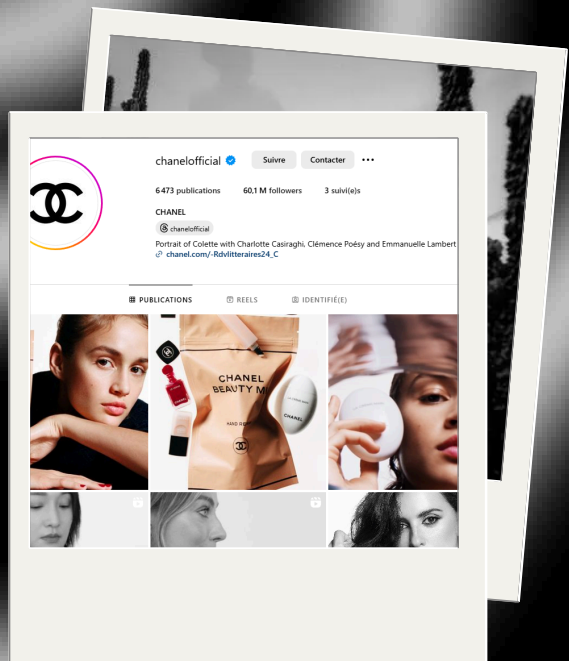
2002 : Lancement du site officiel le chanel.com, offrant un aperçu global de la marque, de ses collections et de ses produits.
 2018 : Investissement de plus de 1 milliard de dollars pour soutenir la transformation digitale, représentant environ 9% des ventes de la marque.
 Source : [Les Échos](#).

Réseaux Sociaux

2010 : Facebook - 2011 : Twitter - 2012: Instagram - 2015 : Snapchat et Youtube - 2021 : Tik Tok

CHANEL était en 2021 la marque de luxe la plus suivie sur les réseaux sociaux avec 81.4 millions de fans en cumulé sur Facebook, Instagram, Twitter, et YouTube.

Source : [Viuz.com](#)



Pionnière du Luxe

1ère Maison de Luxe Française qui propose un défilé virtuel pour la Collection Croisière 2020.

Collaboration avec Farfetch pour développer la cabine d'essayage en Réalité Augmentée.

Source : [Carnet du luxe](#) et [Fashion Net Work](#).

E-commerce

2015 : CHANEL commence à vendre en ligne ses produits de beauté et parfums, ouvrant progressivement la porte aux achats en ligne.

En 2023, CHANEL atteint un chiffre d'affaires total de 19,7 milliards de dollars, avec une part significative provenant des ventes en ligne.

Source [La Dépêche](#), [Statista](#).

