



HOME / ACTUALITE / RETAIL / COMMENT SHEIN TRIOMPHE CHEZ LES MILLENIALS QUI EN REDEMANDENT

Comment Shein triomphe chez les millenials qui en redemandent

By Herve Dewintre

30 sept. 2021





Les millenials ne constituent pas une entité uniforme qui serait moins dénuée de paradoxes que les autres classes d'âge. Comment en effet ne pas être frappé par le grand écart, somme toute irrationnel, pratiqué par cette génération martelant d'un côté sa volonté de mettre l'écologie au premier plan de ses préoccupations (quitte à blâmer péremptoirement le conservatisme et l'immobilisme de leurs aînés) et mettant d'un autre côté au pinacle le géant de la fast fashion Shein.

Shein triomphe à la fois en Europe et aux Etats-Unis, le marché phare de l'enseigne. Un triomphe auprès des jeunes consommateurs de moins de 25 ans qui ne doit rien à l'éthique ni à la responsabilité. L'écologie n'est pas, mais alors pas du tout la préoccupation de cette marque fondée en 2008 par Chris Xu, spécialisée tout d'abord dans les robes de mariées et qui a explosé grâce à une stratégie entièrement orientée sur le SEO, le référencement google, et sur une supply chain, certes opaque, mais d'une étourdissante efficacité.



Smart And Chic Polo Long Sleeve Hoodie

€24,51



Diamond Lattice Wide Leg Knit Trousers

€24,51



Pour le dire simplement, Shein n'est pas de la fast fashion mais de l'ultra fast fashion. Shein pulvérise les rendements mis en place par H&M, Zara, Boohoo ou Asos (qui savent détecter et exploiter une tendance en quelques semaines) grâce à une production quasi-automatisée : on parle ici de production en temps réel, grâce à un logiciel de statistique développé en interne et mis à disposition des fournisseurs. Quand un produit suscite l'attention sur l'application de la marque ou sur les réseaux sociaux, les usines ubérisées qui acceptent les commandes (des sites de petite ou moyenne taille situés dans la région de Guangzhou en Chine) se mettent à l'œuvre immédiatement.

Vendre majoritairement via une application

Et ça marche. Les consommateurs sont accros. Il faut dire que le renouvellement est continu. Entre 5 000 et 10 000 nouveaux produits par jour. Les nouveaux produits sont faits entre 100 et 300 exemplaires, puis le rythme s'emballe en fonction de la demande. Pour renforcer l'addiction, l'enseigne – dont le grand point fort est de fonctionner majoritairement par l'intermédiaire de son application ce qui permet de collecter plus facilement, par le biais de traceurs notamment, de

précieuses données que via un site de e-commerce – permet à ses clients de gagner des points chaque jour pour leur permettre d’obtenir des bons d’achats. Une connexion suffit à vous rendre addicts.



Autre point fort de Shein : savoir fonctionner comme une marketplace. La moitié des articles seulement sont conçus par l’enseigne. L’autre moitié est achetée à d’autres usines ou provient d’autres vendeurs : au final, les produits seront identiques à ceux qui s’affichent sur Wish par exemple, seuls seront différentes les photos qui garantissent la cohérence de la ligne éditoriale visuelle de l’application. Bien évidemment, cette accélération stupéfiante de la production s’assortit de pillages d’idées auprès des grandes marques et s’accompagne d’un impact conséquent sur l’environnement. Pas de quoi effaroucher les jeunes consommateurs qui ont déjà montré leur prédilection pour une enseigne concurrence, Cider, basée sur le même modèle et devenue virale cet été, sur Tik Tok. Au final, les millenials sont des boomers comme les autres.

Crédit photo : Shein, Cider

CIDER

SHEIN



BUY NOW



BUY NOW



BUY NOW



BUY NOW



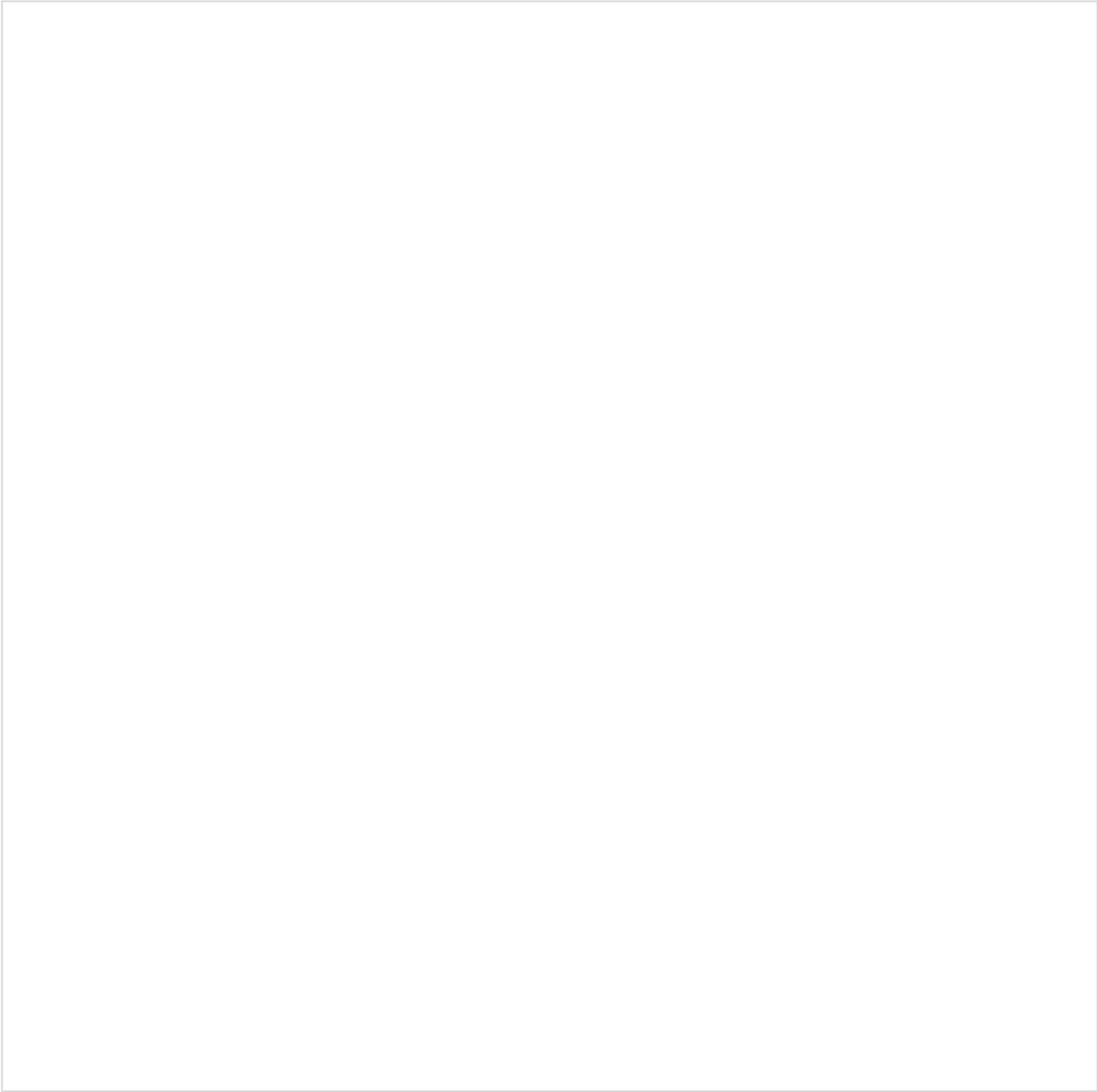
Weird Fish

BUY NOW



BouFFante

BUY NOW



JOB OF THE WEEK



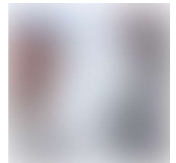
Gestionnaire de Stock Retail Paris H/F - Paris

[POSTULER À CETTE OFFRE](#)

PLUS D'ACTUALITÉ

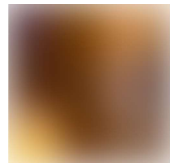
BUSINESS

Les offres d'emploi ont augmenté de 35 pour cent sur FashionUnited par rapport à la période pré-covid



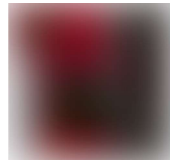
MODE

La femme Hermès : une légèreté solaire sur une piste de décollage



BUSINESS

Séance de rattrapage : six actualités mode à connaître



.



