

MATCHING NUMBERS

PARIS



MON PARCOURS

- Designer produit et graphiste
- ENSAAMA (Ecole Nationale Supérieure des Arts Appliqués et des Métiers d'Art)
Design industriel / Créateur concepteur
- Expériences en agence, en freelance et en entreprise.
Automobile, horlogerie, produits industriels, mais aussi dans le luxe en début de carrière.
- Expérience d'entreprenariat en équipe avant de commencer le projet des sneakers - Projet de véhicule de loisirs.





MANIFESTE MATCHING NUMBERS

Matching Numbers est une marque de sneakers française unisexe, née l'année dernière à Paris, du souhait de créer des produits très qualitatifs, réellement confortables, que l'on peut porter en toutes circonstances, tout en étant esthétiquement soignés et distinctifs.

Fabriqués à la main au Portugal, les sneakers bénéficient de la maîtrise d'un savoir faire reconnu, pour un résultat qui mêle passion et exigence. Toutes les matières premières proviennent des meilleurs fournisseurs portugais et italiens, afin d'assurer une grande solidité, en plus des valeurs esthétiques et éthiques. Les cuirs nappa pleine fleur sont ainsi certifiés neutres en carbone, mais aussi LWG GOLD, label qui prend en compte les critères environnementaux et énergétiques, pour une production durable et responsable.

Aucun compromis n'a été fait sur le confort, les chaussures sont entièrement doublées en cuir, elles reçoivent une semelle intérieure en polyuréthane à mémoire de forme et ont été testées pendant des centaines de kilomètres afin d'ajuster chaque paramètre au millimètre. De plus, elles bénéficient de l'expérience de notre fabricant qui a su depuis presque 20 ans se forger une solide réputation par sa maîtrise du confort, au même titre que la qualité de ses réalisations, qui lui permettent de travailler pour de nombreuses marques reconnues sur le marché.

Matching Numbers reprend le meilleur de l'univers des sneakers haut de gamme en terme de qualité et de confort, pour offrir un produit d'excellence au prix juste. Elle y associe une personnalisation distinctive, à travers des finitions haut de gamme, inspirée du travail artisanal de sellerie et de la maroquinerie. C'est ainsi qu'on peut trouver dans la gamme différentes manières de façonner le cuir, qu'il soit perforé, matelassé, tressé, imprimé de motifs ou dessiné au laser. Il en résulte des créations aux originalités subtiles, qui permettent de s'adapter à toutes les personnalités, et que l'on peut porter au quotidien.





HISTORIQUE MATCHING NUMBERS

Acteurs clés:

— Un seul acteur / créateur

Dates clés:

— Fin 2019: Dessin des modèles

— Février 2020: Choix du fabricant au Portugal

— Septembre 2020: Début des prototypes / Développement

— Fin 2021: Fin du développement des prototypes

— Printemps / été 2022: Création des contenus photos et vidéos, supports de communication, site internet (vitrine)

— Septembre 2022: Lancement de la communication réseaux sociaux / Site internet

— Octobre 2022: Lancement de la campagne Ulule

— Décembre 2022: Fin de la campagne Ulule et commande à l'usine

— Avril 2023: Livraison et envoi des préventes

— Juillet 2023: Livraison du stock

— Aout 2023: Lancement de la boutique en ligne

— 2024: Développement digital et réseau de distribution

STRATÉGIE

- Créer une gamme de chaussures unisexe en réunissant l'univers des sneakers haut de gamme et l'inspiration d'univers parallèles pour donner une identité propre aux modèles. Mettre en avant l'excellence, dans la justesse du design, de la technique et du savoir-faire artisanal.
- Mixer un design élégant et intemporel avec une personnalisation distinctive.
- Des proportions ajustées au millimètre pour trouver le parfait équilibre entre dynamisme et raffinement.
- Des modèles qui vont se décliner avec de multiples designs, montrer qu'on peut sur une base identique avoir des personnalités très différentes.
- Avoir de la diversité dans la gamme pour que chacun puisse trouver son Matching Number.
- Proposer des sneakers sobres mais originales que l'on peut porter en toutes situations.
- Miser sur la qualité, dans le choix des matériaux, de l'assemblage et sur la proximité pour la fabrication et les fournisseurs. Des valeurs pour en faire un produit responsable et durable (Cuirs certifiés neutres en carbone...)





POSITIONNEMENT

- Matching Numbers se revendique comme une marque premium. Elle va se situer en terme de prix et qualité au dessus des géants du marché tels que Nike, Adidas, Puma... tout en étant plus accessible que les marques de luxe.
- Matching Numbers veut avant tout proposer un produit d'excellence mais à un prix justifié.
- La notion de confort est mise en avant avec un gros travail de développement pour en faire un atout majeur et donner envie de marcher.

CIBLE

- Hommes et femmes
Tranche d'âge entre 30 et 50 ans.
- Cible citadine, grandes agglomérations.
- Recherchant un produit haut de gamme et bien fini.
- Clients qui connaissent déjà les produits des marques traditionnelles et qui cherchent autre chose, tout en respectant les codes de ce type de sneakers.
- Clients qui cherchent à se démarquer, exigeants sur le style et la qualité, ayant une sensibilité sur le côté éthique dans la production.

PARTENAIRES ET FOURNISSEURS

- Mon fabricant au Portugal, qui assure la production ainsi que tout le développement des modèles.
- En Italie, mon fournisseur de cuir
- Au Portugal, mes fournisseurs pour les semelles extérieures, les semelles intérieures, les mousses, les pièces de renfort, les lacets, les éléments de décoration.
- Mon fabricant de boîtes au Portugal.
- Le transporteur, ainsi que Chronopost pour les livraisons.
- Ma banque, mon hébergeur pour le site internet, mes solutions de paiement pour acheter en ligne
- Les photographes, vidéastes, modèles
- Mes partenaires pour communiquer (réseaux sociaux)
- La famille et les amis



LES PRODUITS

UNE GAMME LARGE AUX VISAGES MULTIPLES
POUR QUE CHACUN PUISSE EXPRIMER
SA PERSONNALITÉ AU QUOTIDIEN





La gamme V2
La sneaker classique
et indispensable,
qui surprend
par ses déclinaisons





La gamme V7

La sneaker dynamique
et élégante, qui s'adapte
au style de chacun



**DES FINITIONS HAUT DE GAMME
ET EXCLUSIVES**



Cuirs Italiens pleine fleur



Motifs imprimés sur cuir



Cuir suédé matelassé



Textiles d'ameublement raffinés



Motifs perforés



Cuir tressé bi-matières fait-main



Motifs dessinés au laser



Motifs imprimés sur textile



PRIX

- Matching Numbers propose pour le moment 3 niveaux de prix, en fonction de la finition des modèles:
- 150 euros pour la gamme classique appelée DAILY
- 165 euros pour le coeur de gamme avec des finitions multiples
- 195 euros pour la gamme RUSH, caractérisée par son cuir tressé à la main

COMMUNICATION

- Matching Numbers utilise essentiellement les réseaux sociaux pour communiquer (Instagram, Facebook)
- Quelques collaborations ont permis de donner un peu de visibilité à la marque et d'autres vont venir.
- 2 articles web sont parus
- 3 articles dans des magazines
- Partenaire et sponsor d'une équipe sportive (Trajectus)

DISTRIBUTION

- Une campagne de préventes sur Ulule pour lancer la marque
- Pour le moment uniquement sur le site de vente en ligne
- Développement d'un réseau de distribution physique en cours

A person wearing orange pants and patterned sneakers stands on a cobblestone surface next to a red sports car. The car's rear wheel and side mirror are visible. The text is overlaid on the left side of the image.

**LES PROBLÉMATIQUES ACTUELLES
DE MATCHING NUMBERS
GAGNER EN VISIBILITÉ
LÉGITIMISER LA MARQUE
ACCROITRE LES VENTES**

THÈME DE RECHERCHE

Le développement de la marque s'est cette année surtout appuyé sur le digital, c'est un axe primordial qui va évidemment continuer d'être mis en avant et donc accentué pour aller chercher plus de notoriété. C'est d'ailleurs sur cet axe que les étudiants de l'an dernier ont travaillé, avec une analyse pertinente des leviers à activer et des étapes à franchir pour que la communication soit efficace.

Mais beaucoup d'autres actions complémentaires peuvent être menées pour diversifier la communication, en jouant sur d'autres leviers pour faire connaître la marque. L'expérience montre qu'il est beaucoup plus facile de convaincre et de faire adhérer un client à la marque, quand il a la possibilité de voir les chaussures en réel. Le lien qui se crée n'est pas du tout le même.

L'affinité avec le produit est beaucoup plus évidente, la découverte est beaucoup plus marquante et la marque devient plus désirable. C'est dans ce sens que la recherche de magasins distributeurs a démarré cette année, avec déjà des résultats, mais cela reste difficile d'imposer une nouvelle marque dans un microcosme où les règles sont dictées par des groupes ultra puissants. Une marque comme Matching Numbers ne peut s'implanter que dans des magasins indépendants, et leur nombre diminue de plus en plus pour laisser la place à des magasins d enseignes.

Comment dans ce cas trouver de nouvelles possibilités pour être présent malgré tout.

Le bouche à oreille commence également à porter ses fruits. Les clients satisfaits par la qualité des produits sont les meilleurs relais pour convaincre de nouvelles personnes d'acheter à leur tour. Mais c'est un paramètre très difficile à maîtriser car tout se fait en souterrain. Comment donc pouvoir inciter les clients à parler de la marque, en faire de véritables ambassadeurs, et du coup aussi de les fidéliser.

Les magasins et le bouche à oreille sont 2 exemples d'autres sources de communication pour la marque, mais beaucoup d'autres existent et peuvent venir compléter la stratégie digitale. Cette dernière est marquée par une offre surabondante pour les clients qui sont envahis en permanence d'images et de vidéos. On est donc facilement noyés au milieu de millions de propositions, d'où le besoin de trouver d'autres façons d'obtenir de la visibilité, proposer un message qu'on va retenir, pour avoir une meilleure proximité avec les clients.

D'où la formulation de ce sujet, **comment faire rentrer la marque et les produits dans la vraie vie des gens ?**



MNI

MERCI !!

www.matchingnumbers-paris.com
[@matchingnumbers_paris](https://www.instagram.com/matchingnumbers_paris)