

Eco-Refillary passe du rêve à la réalité grâce au Profil d'entreprise de Google



« Google m'a permis de confirmer que ce type d'entreprise pouvait exister et m'a aidée à la mettre sur pied. »

Katrina Wood,
fondateur

Défi

C'est pendant une période de ralentissement causée par des soucis de santé que le parcours de Katrina Wood, fondatrice d'Eco-Refillary, a pris forme. Constatant l'ampleur du problème des déchets de plastique, elle s'est mise en quête d'options écoresponsables qui l'ont menée vers l'idée d'une boutique de produits en vrac, où la clientèle pourrait apporter ses propres contenants pour les remplir de produits ménagers (savon, shampoing, nettoyant) vendus au poids afin d'éviter les emballages à usage unique.

Inspirée, elle s'est mise à la recherche d'un tel concept, mais a trouvé l'expérience intimidante. Le défi auquel elle faisait face avait deux volets : introduire ce nouveau modèle d'achat écoresponsable dans sa communauté de manière « accessible et inclusive », puis se tailler une place en ligne de manière à se démarquer face à la forte empreinte numérique du commerce de détail traditionnel.



Eco-Refillary passe du rêve à la réalité grâce au Profil d'entreprise de Google



« Google m'a permis de confirmer que ce type d'entreprise pouvait exister et m'a aidée à la mettre sur pied. »

Katrina Wood,
fondateur

Solution

« Tout a commencé sur Recherche Google » pour l'entreprise de Katrina, qui a utilisé la plateforme pour se renseigner sur le modèle des boutiques de produits en vrac et les fournisseurs éthiques. Elle s'est ensuite tournée vers le Profil d'entreprise de Google qui, au moment du lancement, est devenu sa principale source de visibilité; il lui offrait une manière de bâtir la confiance en son entreprise grâce à des avis de réels clients et d'attirer dans sa boutique des personnes recherchant des options écoresponsables. Katrina s'est aussi appuyée sur Google Analytics pour déterminer les produits qui suscitaient le plus d'intérêt dans sa communauté. Avec la croissance de son entreprise, elle a aussi intégré des outils d'IA comme Gemini dans la gestion de ses tâches administratives, qui l'aident selon elle à « reprendre le contrôle de son temps » et à faire ce qui la passionne le plus, soit créer une expérience en boutique accueillante qui met à l'honneur la communauté.

Impact

En un mois, le Profil d'entreprise d'Eco-Refillary sur Google a fait augmenter le nombre de vues de 11 % et généré plus de 700 interactions directes avec la clientèle. Selon Katrina, c'est par l'atmosphère qui règne en boutique que l'on peut constater les véritables effets : « Les gens ne font pas que magasiner. Ils ralentissent. Ils respirent différemment. » En renforçant sa visibilité et en soutenant la gestion de ses tâches administratives grâce aux outils de Google comme le Profil d'entreprise, Google Analytics et Gemini, elle libère un temps précieux qu'elle peut consacrer à la relation avec sa clientèle. « Google m'a permis de confirmer que ce type d'entreprise pouvait exister et m'a aidée à la mettre sur pied », note Katrina, prouvant qu'une entreprise peut à la fois exploiter son potentiel numérique et rester ancrée dans sa communauté.

