

Pixartprinting s'appuie sur la data pour optimiser les parcours clients à grande échelle

Le leader du web-to-print B2B optimise ainsi ses leviers marketing pour gagner jusqu'à 5% de revenus supplémentaires.

Cycles de déploiement des solutions marketing 12 fois plus rapides

Généralisation des A/B tests pour arbitrer entre nouvelles solutions marketing

Gain de 2-5% de revenus en optimisant ses leviers pour chaque marché

L'INNOVATEUR DU WEB-TO-PRINT B2B

Pixartprinting transforme le modèle Web-to-print auprès des professionnels.

À l'origine une imprimerie familiale italienne, Pixartprinting a entamé sa mue digitale en l'an 2000 avec un basculement sur le Web et une industrialisation accrue. Ceci lui a permis de grandir sur un marché très mûr et d'investir des pays voisins.

Fort d'un leadership incontesté en Europe du sud, la marque poursuit son expansion depuis 2014 au sein du groupe Cimpress, le leader mondiale de la personnalisation de masse avec \$1,5 milliard de revenus et côté au Nasdaq.

ORGANISER L'EXPANSION

Pixartprinting croit actuellement de 30% par an. Cependant, cette croissance apporte des problématiques que l'entreprise voulait adresser par le tag management et la gestion des données digitales. En particulier, l'enseigne souhaitait :

- Optimiser le ROI de ses leviers marketing en généralisant une approche *test-and-learn*.
- Unifier la collecte et l'analyse des sources de données qui étaient alors fragmentées et gérées en silos.
- Accélérer des temps de chargement qui commençaient à être impactés par des problématiques de JavaScript.

OPTIMISER SES LEVIERS MARKETING

Entrer sur de nouveaux pays nécessite de déployer ses dispositifs marketing sans délai et les adapter. Andrea Pizzola, Sales & Marketing Director, comprend bien ce phénomène : "Nous exploitons déjà 20 sites localisés et nous devons accélérer nos déploiements et optimiser en permanence pour maîtriser le ROI."

Pixartprinting utilise de multiples partenaires pour le reciblage. Mais comment reconnaître les plus performants et comment les évaluer au regard de leurs algorithmes différents et des façons différentes d'encherir ?

"Lorsque nous choisissons de nouveaux partenaires, TagCommander Manage nous permet de réaliser très simplement des A/B tests par le biais de cookie splits. Ainsi, nous pouvons les mettre à l'épreuve sans effort supplémentaire et rapidement objectiver nos choix," poursuit Andrea Pizzola "Ensuite avec TagCommander Measure, nous obtenons une vision analytique de la contribution de chacun et de l'évolution de l'ensemble."

“ Avec TagCommander nous accélérons nos déploiements et optimisons le ROI de nos partenaires marketing

Andrea Pizzola, Sales & Marketing Director, Pixartprinting



pixartprinting

UNIFIER LA COLLECTE ET L'ANALYSE DES DONNÉES

Avec un écosystème de plus de 50 solutions marketing dont Salesforce Marketing Cloud, Optimizely, Google AdWords, Criteo, Sociomantic et Zebestof pour n'en citer que quelques-uns, il devenait aussi essentiel de mieux comprendre les interactions entre elles.

“TagCommander rend plus cohérente la collecte de données. Ainsi, nous comprenons mieux le comportement de notre audience et les interactions entre les leviers,” dit Andrea Pizzola. “Nous pouvons suivre les conversions post-view dans le même funnel que les autres leviers tels le PPC, SEO et social. Cela nous a permis notamment de démontrer la valeur et de justifier nos investissements display.”

“Nous visualisons non seulement les paniers et le revenu par partenaire, mais nous pouvons également répartir par étape du funnel ou par clients nouveaux ou anciens — le tout en appliquant de différents modèles d'attribution. Nous avons gagné la possibilité d'analyser les visites et les comportements avec les mêmes regroupements et segments que nous exploitons dans le CRM.”

ACCÉLÉRER LES TEMPS DE CHARGEMENT

Optimiser les temps de chargement est un objectif constant. Andrea Pizzola poursuit : “Notre plateforme doit supporter plus de domaines et plus de tags. On doit donc s'assurer de la bonne évolution des temps de chargement. En plus d'être un atout pour l'expérience utilisateur, nous avons constaté des effets très positifs sur le référencement.”

“Les performances techniques de TagCommander et l'expertise de ses équipes ont motivé notre choix,” dit Andrea Pizzola. “TagCommander a su s'adapter à notre environnement propriétaire et dialoguer à la fois avec nos équipes marketing et techniques. Lorsque nous avons souhaité intégrer des tags qui n'étaient pas encore répertoriés, ils ont su les rajouter dans leur bibliothèque très rapidement. C'est une des raisons pour notre grande autonomie actuelle.”

En termes d'agilité et de temps économisés, TagCommander est devenu un outil clé de l'organisation. “TagCommander nous facilite l'adaptation à de nouveaux marchés. Le fait de pouvoir optimiser nos leviers à chaque marché sans surcoût d'effort nous a permis de gagner de 2 à 5 % de revenus supplémentaires,” dit Andrea Pizzola.

ENJEUX

- Maintenir un écosystème marketing best-of-breed en facilitant l'adoption rapide de nouvelles technologies et de nouveaux partenaires
- Rendre possible la collecte de données à grande échelle (actuellement 20 sites et plus de 50 partenaires)
- Accélérer et sécuriser les performances des sites.

RÉSULTATS

- Plus d'agilité : le cycle de déploiement d'une nouvelle solution est passé de 3 mois à 1 semaine, soit 12 fois plus rapide.
- Optimisation facile de leviers par région géographique permettant des gains de revenus de l'ordre de 2 à 5%
- Meilleure compréhension des parcours clients sur site au regard des segments CRM.
- Vision raisonnée des performances des leviers (A/B testing) ainsi que les interactions entre eux (modèle d'attribution adapté).

TAGCOMMANDER SOLUTIONS USED

TagCommander **Manage**

TagCommander **Engage**

TagCommander **Measure**

TAGCOMMANDER

WWW.TAGCOMMANDER.COM
PARIS | LONDON | AMSTERDAM | MUNICH | MADRID | MILAN