

K&L Ruppert réalise des économies de coûts à 5 chiffres grâce à une déduplication de conversion plus intelligente

En Allemagne, un leader multicanal de la mode rationalise le processus de déduplication, permettant d'améliorer son efficacité, d'améliorer sa connaissance consommateur et d'optimiser les dépenses marketing

Économies annuelles à **5 chiffres**

Rapports plus fiables: **<1% de différence** entre les données webanalytics et les conversions

Données exploitables permettant une **meilleure répartition** des dépenses marketing

UNE ENSEIGNE MODE MULTICANAL

K&L Ruppert est l'une des plus grandes enseignes de mode en Allemagne et propose des vêtements chics, décontractés et sportifs pour tous les âges. Entreprise familiale fondée en 1953, K&L Ruppert est fière de respecter une politique RSE stricte et place ses 800 000 clients et ses 1 600 employés au cœur de toutes ses décisions.

Depuis son siège situé à Weilheim, en Bavière, K&L opère une véritable stratégie de distribution multicanal, qui comprend un réseau de 60 points de vente situés dans le Sud et l'Est de l'Allemagne.

Verena Graf dirige le département de webmarketing avec une équipe de quatre personnes. Daniel Schimmer, un consultant de PerMa Strategies, apporte en outre son expertise en webmarketing acquise au sein d'organisations telles que Otto.de.

FAIRE CORRESPONDRE LES CONVERSIONS ET LES VENTES RÉELLES

K&L Ruppert est, depuis bien longtemps, un utilisateur satisfait de la solution de webanalytics econda. Toutefois, lorsque les équipes ont souhaité analyser le trafic par canal, ils ont découvert un écart entre le nombre de conversions et les commissions d'affiliation correspondantes. Il est devenu évident que le nombre de tags de marketing à la performance déclenchés par le biais de la page de confirmation était beaucoup plus grand que le nombre réel de conversions enregistrées dans les systèmes de gestion.

K&L avait donc besoin d'une solution de déduplication de conversions et de déclenchement conditionnel de tags sur la page de confirmation uniquement pour le dernier touchpoint conduisant à la conversion - une déduplication basée sur le modèle de l'attribution au dernier clic.

Toutefois, lors d'une seconde analyse, il a été mis en évidence que la majorité des tags déclenchés étaient dus à des cookies enregistrés après que la session avait déjà commencé. Grâce à econda, il a été déterminé que ce phénomène était dû à des sites de couponing et affiliés où les utilisateurs essayaient de trouver des codes de réduction ou des prix plus intéressants sur les produits qu'ils avaient déjà l'intention d'acheter.

RÉSOLUERE UN PROBLÈME DE GESTION DE TRAFIC MULTIPLE

K&L Ruppert fait donc face à un problème triple :

- Avec une approche inchangée d'attribution au dernier clic, les partenaires générant du trafic se retrouvaient injustement désavantagés par rapport à ceux ayant laissé un cookie sur le navigateur des utilisateurs ayant déjà l'intention d'acheter.
- Les coupons, initialement créés pour attirer de nouveaux visiteurs uniques sur la boutique en ligne, étaient principalement utilisés par des clients existants et des prospects à la recherche de réductions.
- Des efforts étaient déployés à tort auprès de partenaires secondaires, qui ne généraient pas de nouveaux leads.

Verena Graf: «TagCommander a été présenté à K&L Ruppert comme l'expert pour résoudre ces problèmes. Les critères déterminants étaient la réactivité, la flexibilité et l'expérience de leurs équipes dans la résolution de ce type de défis».

“ La réactivité, la flexibilité et l'expérience de TagCommander ont été indispensables pour nous permettre de relever nos défis de gestion de trafic

Verena Graf, Online Marketing Manager, K&L Ruppert



GESTION DE TAG SIMPLIFIÉE, DÉDUPLICATION PLUS PUISSANTE

Pour K&L Ruppert, il était important que TagCommander propose une grande variété de tags marketing dès le départ et que de nouveaux tags puissent être rapidement ajoutés.

« TagCommander s'est avéré être facile à utiliser par tout le monde dans l'équipe », explique Verena Graf. « Nous bénéficions d'une bibliothèque de tags évolutive, avec des tags marketing certifiés par plus de 850 vendeurs. Cela accélère considérablement les délais de mise en œuvre ».

TagCommander a aidé K&L à mettre en place un modèle de déduplication personnalisé en accord avec les données et le flux de econda. K&L Ruppert obtient ainsi une vue complète du parcours clients, mais peut momentanément «geler» l'historique au moment de la dernière entrée de telle sorte que les points de contact enregistrés après le début de la session en cours ne soient pas comptabilisés dans les conversions. Cette solution fonctionne également pour le démarrage de la session («gel de la session») ou pour le démarrage du tunnel de conversion. De cette façon, l'attribution peut être ajustée afin de mieux récompenser les canaux apportant de nouveaux clients et contribuant au chiffre d'affaires.

La fonctionnalité de déduplication a été facile à installer et s'est avérée être très facile à personnaliser. Grâce à un effort commun, K&L et TagCommander ont fait baisser l'écart entre les deux indicateurs à environ 1% en permanence, ce qui rend la mise en œuvre très fiable. Daniel Schimmer: « Nous avons évalué plusieurs entreprises de tag management avant le début du projet. TagCommander en est clairement sorti comme le vainqueur ».

CAMPAGNE INSIGHTS AMÉLIORÉS ET ÉCONOMIES À 5 CHIFFRES

Avant la mise en place de TagCommander, il y avait un écart de 300% entre les conversions et le paiement des affiliés. K&L Ruppert créditait donc 3 fois plus les conversions que les ventes réelles! Aujourd'hui, avec la solution de protection de session de TagCommander, K&L Ruppert a réduit ce chiffre à moins de 1% d'écart sur la même période. Cela se traduit par des économies annuelles à 5 chiffres. Cependant, l'avantage le plus important pour K&L est de pouvoir désormais clairement identifier les campagnes et les canaux offrant les meilleurs résultats par rapport aux dépenses publicitaires.

Aujourd'hui, K&L Ruppert a acquis assez de confiance en ses chiffres pour envisager d'introduire des modèles d'attribution plus souples et plus dynamiques.

TagCommander avait pour avantages d'inclure la possibilité d'adapter ses solutions aux besoins de K&L, la grande flexibilité de l'architecture de la solution et de l'interface, une vaste expérience en matière de déduplication et la capacité de fournir une assistance au cours du processus d'assurance qualité avec ses partenaires.

Le choix de TagCommander a également permis aux équipes K&L d'éliminer les erreurs de configuration des tags et de déclenchement des tags causées par des fournisseurs tiers, qui avaient un impact négatif sur les performances du site.

DÉFIS

- Améliorer la connaissance du parcours clients, en particulier le rôle des sites de couponing et réductions.
- Améliorer la répartition des dépenses marketing.
- Éliminer les dépenses inutiles sur les crédits des conversions en doublon.

RÉSULTATS

- Le processus de déduplication permet des économies de coûts annuelles à 5 chiffres.
- Un reporting plus fiable : l'écart entre les rapports webanalytics et les rapports de conversion réduit à moins de 1% tout en préservant l'expérience client.
- Capacité d'identifier clairement et de favoriser les campagnes et les canaux qui offrent les meilleurs résultats.
- Mise en place des tags marketing bien plus rapide et significativement simplifiée.

SOLUTIONS UTILISÉES

TagCommander **Engage**

TagCommander **Manage**

TagCommander **Measure**



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