



promod

Ventes Offline
via email :

+30%

Performance des
campagnes online :

X4

Rentabilité des cam-
pagnes display :

X5

DÉCLOISONNER POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT ET LES VENTES WEB/RETAIL

SITUATION INITIALE ET ENJEU

Promod est une marque de mode féminine française qui gère 11 sites e-commerce en Europe en plus d'un réseau mondial de magasins, dont 350 en France. Alors que Promod cherche à rationaliser les contacts clients web/retail pour affiner la pression commerciale, de nombreuses visites en ligne se transforment en achats en magasin – qui constituent encore 90% des ventes.



Si une solution DMP revient à 5 % de votre budget marketing, adoptez-la sans hésiter

LE DÉFIS

Comment lier les données web et retail pour ajuster la pression commerciale, recentrer les budgets marketing et offrir la meilleure expérience au client ?



Yohan Smal - Responsable Acquisition chez Promod

LA SOLUTION

Mise en place d'une DMP afin d'optimiser la communication client grâce aux données :

Un taux de conversion amélioré

La DMP permet d'augmenter la pertinence et le volume des relances de paniers abandonnés.

Le lissage de l'expérience client

Le lien entre les visites en ligne et les achats en magasins identifiés est automatiquement disponible et montre une performance 4 fois supérieure des campagnes online seules.

Hausse de 30% de ventes offline

L'analyse de plusieurs scénarii temporels a permis d'optimiser les dates d'envois de messages CRM et d'atteindre sur le modèle final 30% d'impacts en plus sur les ventes offline. Ce scénario a été rendu possible par des échanges de données continus entre la solution CRM et Commanders Act.

Un CRM Display percutant

Des campagnes display x-canal utilisant la DMP et son CRM onboardé jusqu'à 5 fois plus rentables que des campagnes classiques. La mesure est obtenue à partir d'un plan d'expérience comparant la performance à un groupe de contrôle.

Une rationalisation des budgets

L'introduction de la déduplication en temps réel, la cartographie des solutions déployées et la rationalisation du portefeuille de solutions Adtech ont permis des économies importantes. L'alimentation des partenaires en extradata conduit à une performance accrue.

Une optimisation des budgets media omnicanal

Les investissements medias sont évalués au regard de leur performance omnicanal intégrant à la fois les ventes online et les ventes offline conduisant à une meilleure efficacité et un redéploiement budgétaire vers certains leviers.



COMMANDERS ACT

LES RÉSULTATS

Promod, 3 exemples de projets menés grâce à la DMP

TABLETTES EN MAGASIN

Saisie volontaire des données clients pour lier retail et online

- Les clientes s'identifient en donnant leur e-mail, par carte de fidélité ou demain par smartphone.
- Avec une meilleure connaissance du parcours client, les conseillères de vente pourront les aider au mieux.

RETARGETING WEB

Difficulté de suivre les achats magasin suite à un abandon de panier

- Le comportement d'achat en ligne est analysé pour faciliter l'up-selling ou le cross-selling en display.
- Le budget retargeting est réalloué sur d'autres campagnes plus pertinentes quant aux objectifs de Promod.
- La transmission de données supplémentaires aux partenaires via la DMP permet de d'ajuster et optimiser les enchères.
- Les investissements sont optimisés en regardant les impacts de campagnes sur le CA offline.

RETARGETING INVERSÉ

Identification client en magasin par carte de fidélité

- Suite aux achats en magasin, il est possible de faire du retargeting online en display auprès des clients on-boardés.
- Avec un meilleur suivi client, on atteint une multiplication par 3 de la conversion sur ces actions marketing.

QUELS SONT LES PROJETS À VENIR ENTRE CMNE ET COMMANDERS ACT ?

- Augmenter la personnalisation du site internet ;
- Améliorer le ciblage tous canaux confondus ;
- Diminuer le retargeting coûteux en déterminant les variables discriminantes qui conditionnent l'achat ou non, et le déclenchement d'une réaction ad hoc en temps réel.

“ Il est primordial pour nous d'avoir une DMP avec un Tag Management System car c'est le premier collecteur de données pour nous et nos partenaires.

“ La solution, le retour sur investissement et l'accompagnement client au top – nous sommes très satisfaits avec Commanders Act.

Yohan Smal - Responsable Acquisition chez Promod

promod

À PROPOS DE PROMOD

Fondée en 1975 par Francis Charles Pollet, Promod est présent sur le marché européen dès 1990, avant de s'étendre au Moyen Orient. En 1999, Promod ouvre son premier site E-commerce puis s'implante en Asie en 2006, aux USA et en Grande-Bretagne en 2013. Marque de mode accessible, fraîche et naturelle, elle porte les valeurs du style à la française dans plus de 50 pays.

Plus d'infos : www.promod.fr



COMMANDERS ACT

PARIS | LILLE | AMSTERDAM | MUNICH | MADRID | MILAN

Cette brochure est à but informatif. Commanders Act ne donne aucune garantie, expresse ou implicite, dans ce document. Commanders Act est une marque déposée aux États-Unis et dans d'autres pays. Différents produits et noms mentionnés dans ce document peuvent être des marques de Commanders Act. Tous les autres produits et services mentionnés peuvent être des marques de leurs propriétaires respectifs. Copyright © 2017 Commanders Act - Tous droits réservés.

WWW.COMMANDERSACT.COM

