



AUTOMATISATION DE L'ENGAGEMENT STRATÉGIQUE

GRÂCE À L'OPTIMISATION INTELLIGENTE

LUISAVIAROMA.COM - LE SUCCÈS EN UN CLIN D'ŒIL

Luisaviaroma.com a su transformer l'expérience client grâce à l'automatisation basée sur les données exploitant un dispositif de traitement des e-mails qui permet d'offrir à chacun des individus des interactions sur mesure en termes de suivi.

Luisaviaroma.com avait identifié l'e-mail comme étant le canal idéal lui permettant de renforcer l'expérience client et de développer l'engagement en associant les campagnes faites sur mesure aux événements majeurs se tenant dans leurs points de contact en ligne.

En développant ses compétences sur le plan des e-mails et en mettant en place des campagnes e-mail stratégiques automatisées pouvant offrir des parcours clients basés sur les données avec une optimisation automatisée, Luisaviaroma.com a su considérablement booster ses conversions.

Dans le même temps, l'équipe marketing de Luisaviaroma.com a pu améliorer l'efficacité des mécanismes en proposant des parcours clients dotés d'un dispositif d'optimisation intégré permettant d'adapter le contenu dans les 8 langues de la société.

En alliant analyses, réalisation et conseils stratégiques, Emarsys a permis à Luisaviaroma.com de concevoir et d'optimiser sa stratégie globale en l'adaptant à sa propre situation commerciale, lui permettant ainsi d'offrir une excellente expérience unifiée avec son enseigne.

5 000 000

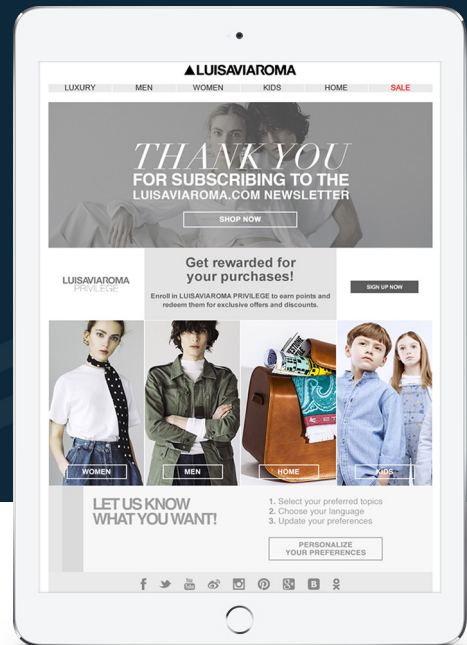
visiteurs par mois

plus de 600

collections de créateurs

“En recourant à une stratégie universelle pour l’ensemble de nos clients, notre communication marketing faisait face à une perte d’engagement et d’intérêt. En vérité, cette baisse d’engagement avait un impact négatif sur notre chiffre d’affaires.”

- Marco Ritratti, manager marketing e-mail, Luisaviaroma.com



DÉFI

L’équipe marketing de Luisaviaroma.com avait développé sa stratégie dédiée au contenu en ligne en s’appuyant fortement sur l’automatisation et le contenu personnalisé et avait souhaité s’assurer que ses solutions offraient des expériences en ligne avec les valeurs de son enseigne.

Tous les aspects de Luisaviaroma.com se devaient d’avoir trait à la mode de luxe et, pour être certaine d’offrir une expérience de qualité cohérente, l’enseigne avait souhaité :



AMÉLIORER LA PERFORMANCE DES E-MAILS

L’équipe marketing de Luisaviaroma.com avait identifié un potentiel de croissance considérable de son canal e-mails, mais avait besoin des outils et de conseils stratégiques quant à la manière de maximiser le potentiel de cette source de revenus. En utilisant uniquement une poignée de campagnes et lettres d’information axées sur le cycle de vie, Luisaviaroma.com avait souhaité accroître la couverture de ses campagnes par e-mail sans avoir à compromettre l’excellente expérience qu’elle offrait avec sa marque.



AMÉLIORER L’EXPÉRIENCE CLIENT

Grâce au succès rencontré et à sa croissance à l’échelle internationale, la taille de la base de données clients de Luisaviaroma.com n’a eu de cesse de croître à un rythme tel que l’équipe marketing s’était vue confrontée à un nombre excessif de données. Avec autant de contenu et d’abonnés avec lesquels il convient de composer, les ressources disponibles ne lui avaient pas permis de proposer des parcours clients complexes à même d’offrir des expériences clients personnalisées.



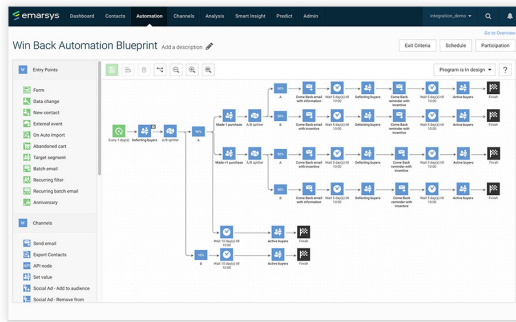
DÉVELOPPER L’ENGAGEMENT CLIENT

Le canal des e-mails était vu comme une ressource sous-exploitée en matière d’engagement des clients en ligne, avec un nombre limité de campagnes événementielles disponibles et pas vraiment de moyen pour vérifier qu’était utilisée la bonne stratégie automatisée. L’équipe marketing avait souhaité améliorer les interactions avec les clients de Luisaviaroma.com dans les multiples points de contact, en développant une stratégie de suivi des e-mails pertinente et exhaustive pouvant utiliser les événements de navigation et d’achat clés.

SOLUTION

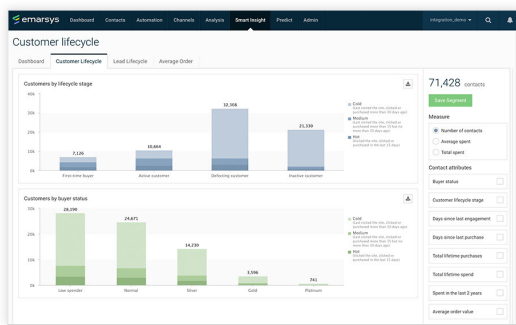
Les fonctionnalités techniques essentielles basées sur les données ont permis de fournir l'expertise et les outils dont avait besoin Luisaviaroma.com pour développer et mettre en place des stratégies complexes adaptées à ses besoins commerciaux.

Emarsys proposait le mix parfait de technologies et de conseils stratégiques permettant à Luisaviaroma.com de réaliser :



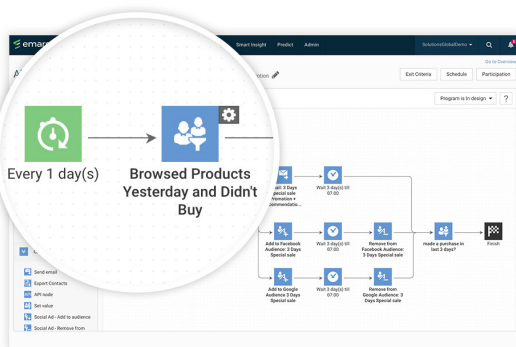
1. UNE AUTOMATISATION DES E-MAILS STRATÉGIQUE

Emarsys a mis à disposition des outils d'analyse et d'automatisation intuitifs ayant permis d'aisément créer des programmes d'engagement complexes automatisés utilisant des informations basées sur les données. Mais, afin de pouvoir être sûr que Luisaviaroma.com avait développé les stratégies d'automatisation les plus pertinentes, l'équipe stratégique d'Emarsys a identifié la meilleure combinaison de programmes à mettre en place pour compléter et améliorer sa stratégie commerciale actuelle.



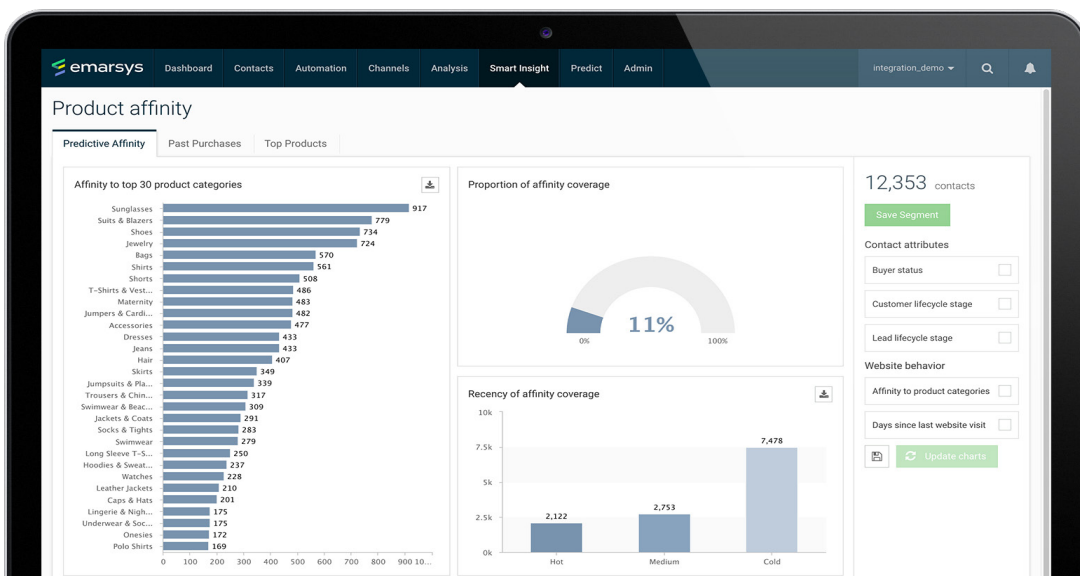
2. DES PARCOURS CLIENTS BASÉS SUR LES DONNÉES

Des fonctionnalités claires et détaillées en termes d'analyse ont permis à l'équipe marketing de Luisaviaroma.com de créer des aperçus clients complets et d'utiliser les indicateurs clés, comme l'engagement via e-mail et le site web, les préférences ou encore les comportements d'achat, dans leurs campagnes, afin d'optimiser le parcours client. En créant des rubriques de contenu adaptées aux étapes du cycle de vie ou au statut client, elle a pu automatiser les niveaux de traitement permettant de fournir un contenu taillé sur mesure.



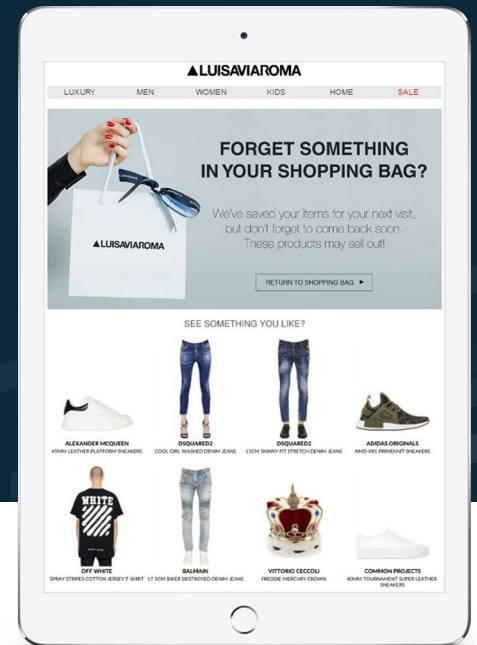
3. UNE OPTIMISATION DES PARCOURS AUTOMATISÉE

Luisaviaroma.com a pu bénéficier à la fois d'outils et d'une expertise lui permettant d'analyser et d'évaluer la performance des parcours automatisés existants, d'identifier les lacunes en matière de couverture et de mettre en exergue les points à améliorer. L'équipe marketing a élaboré et mis en place une stratégie d'automatisation personnalisée en vue de renforcer l'engagement client pour ensuite le mettre en œuvre dans l'ensemble des 8 langues et étendre la portée et la performance.



“Grâce à Emarsys, nous avons pu mettre en place et optimiser graduellement une stratégie axée autour de notre parcours client, ce qui s’est traduit non seulement par une amélioration considérable de l’ensemble de nos indicateurs de performance clés relatifs à la gestion de relation client, mais également des revenus supplémentaires clairement quantifiables.”

- Marco Rittratti, manager marketing e-mail, Luisaviaroma.com



LES RESULTATS

Le traitement exhaustif des données et les compétences analytiques d’Emarsys ont permis de présenter des aspects clés aux clients de Luisaviaroma.com, pouvant ensuite être stratégiquement attribués aux solutions d’automatisation clés.

En utilisant des éléments déclencheurs d’événements intelligents pour les campagnes, qui permettaient d’automatiquement adapter la gestion et le contenu aux valeurs de Luisaviaroma.com, son équipe marketing a pu automatiser la transformation de ses données clés en contenu personnalisé.

En offrant un niveau de personnalisation de contenu bien plus élevé, Luisaviaroma.com a non seulement bénéficié d’un engagement e-mail accru, mais aussi amélioré les taux de conversion de ses nouveaux parcours clients.

Le renforcement des capacités de son canal e-mail à l’aide de l’automatisation intelligente, en vue de répondre aux besoins spécifiques de son activité, a même permis d’accroître la performance de son canal web tout en améliorant le niveau de fidélité et de rétention de la clientèle.

900%

d’augmentation du chiffre d’affaires généré grâce à l’automatisation des e-mails

21%

d’augmentation du chiffre d’affaires global généré grâce aux e-mails

+37,5 %

d’augmentation des conversions relatives aux campagnes post-achat

▲LUISAVIAROMA.COM

Luisaviaroma.com est une destination prisée dans le domaine des articles de luxe en ligne qui propose une sélection exclusive de nouvelles collections de 600 créateurs réputés et de jeunes gens talentueux qui attire plus de 5 millions de visiteurs par mois dans le monde entier.

Créée à Florence au début des années 1930, Luisa via Roma accueille désormais en son sein plus de 200 personnes de 15 pays différents, responsables de la bonne marche de Luisaviaroma.com, et ce, dans 8 langues.

www.luisaviaroma.com



Emarsys est l’un des principaux fournisseurs mondiaux de logiciels marketing dans le cloud pour les entreprises B2C et le premier cloud marketing B2C. Emarsys fournit des données utiles aux entreprises qui ciblent leurs clients en combinant le « machine learning » et la science des données à des actions réellement personnalisées et multicanal pour mieux toucher les clients tout en maximisant l’engagement et les résultats. Avec plus de 500 collaborateurs répartis dans 16 bureaux à travers le monde, Emarsys est au service de plus de 1 500 clients dans 140 pays.

www.emarsys.com