



Un e-commerçant spécialisé dans la pêche & le nautisme améliore son chiffre d'affaires grâce aux recommandations

Comment l'automatisation et l'analyse prédictive engagent les clients qui dépensent le plus

La réussite de Marine Deals en bref

E-commerçant le plus populaire de Nouvelle-Zélande pour la pêche, le nautisme et les produits associés, Marine Deals voulait booster l'engagement e-mail en améliorant la personnalisation, l'automatisation et les recommandations.

D'une petite activité gérée depuis un garage, Marine Deals est devenu un e-commerçant de grande envergure disposant de son propre entrepôt. Au départ, l'entreprise dépendait presque intégralement du canal e-mail pour communiquer avec son public mais, avant de pouvoir s'attaquer au web et au mobile, elle devait déjà maîtriser l'engagement e-mail.

Après avoir gagné des clients régulièrement au début de sa croissance, Marine Deals a fini par stagner. L'entreprise était consciente que l'e-mail était vraisemblablement la clé d'un meilleur engagement, mais ne disposait pas d'une armée de marketeurs pour créer et lancer des campagnes ciblées. D'ailleurs, elle était aussi à la recherche de meilleures fonctions de segmentation et d'un moyen d'automatiser ses campagnes.

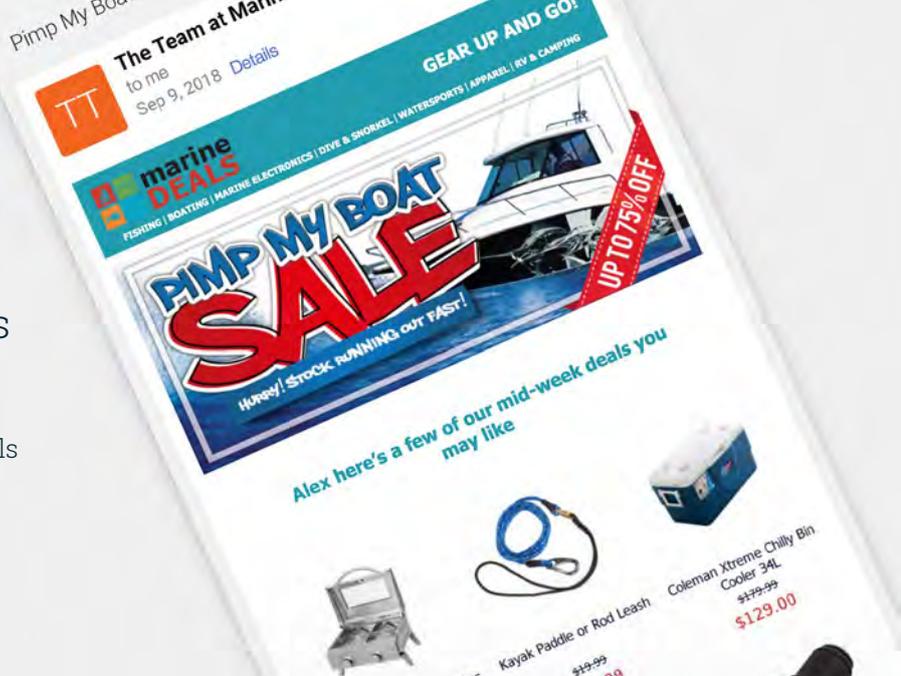
L'e-commerce en Nouvelle-Zélande affichant une croissance de 10 % en glissement annuel en 2018, Marine Deals avait besoin d'outils, peut-être d'une nouvelle plateforme, et surtout d'un partenaire à l'écoute de leurs objectifs qui comprendrait leur entreprise sans d'interminables appels commerciaux.

9 années d'expérience

90 000 clients

« La personnalisation fonctionne vraiment. On adore l'approche intégrée d'Emarsys entre le marketing e-mail et les recommandations sur le site. »

– Graham Dekker, Directeur général, Marine Deals



Le défi

Marine Deals avait un public croissant, mais avait des soucis à distinguer les clients, notamment lorsqu'il s'agissait de communiquer avec ceux qui dépensent le plus. Le marketing selon le cycle de vie client était leur principal objectif, et les campagnes de rétention automatisées et les recommandations faisaient partie des solutions que Marine Deals voulait étudier.



La personnalisation repose sur une excellente segmentation

Comptant des dizaines de milliers de contacts dans sa base de données, Marine Deals jouissait d'un excellent rayonnement, mais il était difficile de déterminer quels clients étaient les plus engagés, quels clients ne l'étaient pas et que faire pour améliorer ces deux groupes. La segmentation était la réponse à ce problème.



Création laborieuse de campagnes

Mettre au point chaque e-mail manuellement prenait beaucoup de temps à Marine Deals, laissant peu de temps pour analyser l'efficacité de leurs programmes de rétention. Outre les faibles analyses de performance, il était impossible de personnaliser les e-mails sans automatisation basée sur un déclencheur.



Difficile d'améliorer l'engagement sans recommandations

Marine Deals a compris l'atout que représente un programme prédictif proposant des produits adaptés aux clients individuels. Dans une enquête Epsilon, 80 % des personnes interrogées ont affirmé qu'elles seraient plus susceptibles d'acheter si l'expérience est personnalisée et 3 fois plus susceptibles d'acheter auprès de cette marque en particulier. Des recommandations exactes sont cruciales pour créer cette expérience, comme l'a démontré une étude Monetate qui a révélé qu'un acheteur engagé par une recommandation est 70 % plus susceptible d'être converti qu'un acheteur à qui on n'a pas montré de produit similaire.

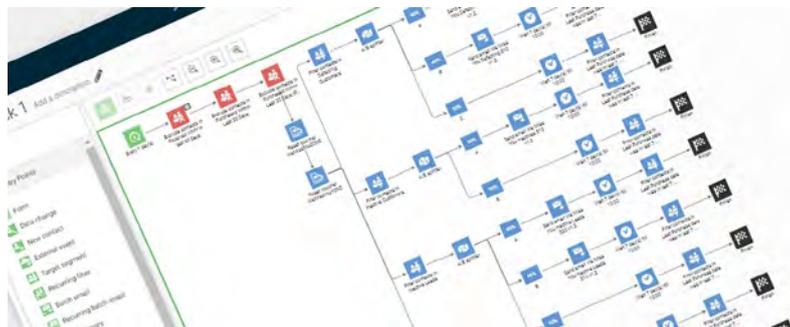
La solution

La plateforme marketing d'Emarsys a fourni tous les outils e-mail que cherchait Marine Deals et l'analyse de données rendue possible par la plateforme a également révélé quels clients étaient le plus susceptibles d'être convertis et pourquoi.



Segmentation par étapes du cycle de vie

Une fois la plateforme Emarsys mise en place, Marine Deals a identifié un groupe très engagé de leads et de clients actifs (21 %). En étudiant de plus près quels clients dépensent le plus, Marine Deals a découvert que plus de la moitié de leurs recettes (72 %) provenait de ce petit groupe. En approfondissant leurs recherches, ils ont constaté que les clients actifs étaient beaucoup plus convertis que les autres étapes du cycle de vie (52 %). Cela a montré à Marine Deals à quel niveau concentrer leurs campagnes e-mail.



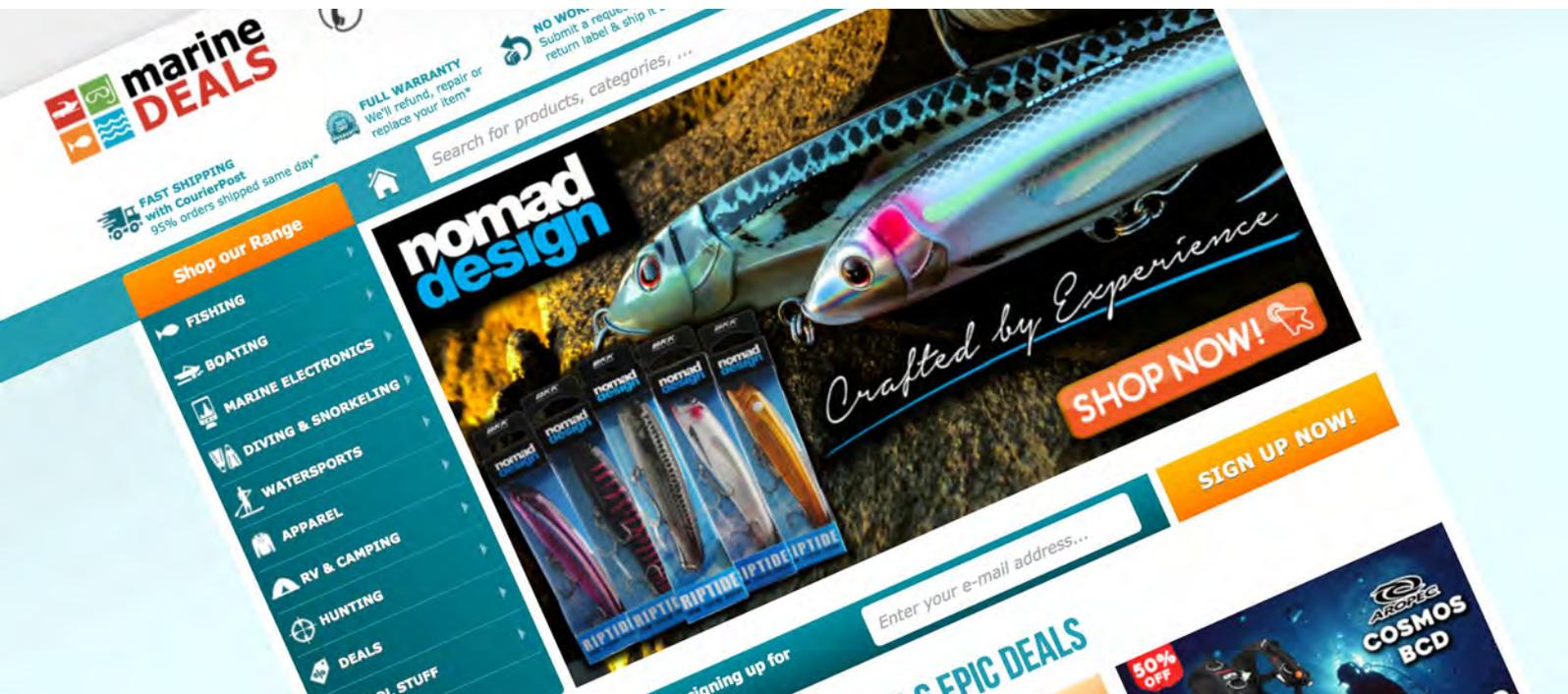
Campagnes automatisées

L'Automation Center d'Emarsys a généré de nouvelles sources de recettes pour Marine Deals. Ils disposent à présent de 6 campagnes déclenchées par le comportement client, notamment pour la rétention efficace des clients actifs, la reconquête et les paniers abandonnés. Un autre outil Emarsys, Send Time Optimization, a permis à l'équipe marketing de Marine Deals d'affiner le timing des e-mails sur la base de données réelles.



Maintenir l'engagement client grâce aux recommandations

Marine Deals a compris le pouvoir des recommandations prédictives en commençant à utiliser deux outils de la plateforme Emarsys : en l'espace de 90 jours, Web Recommender a engendré 6,7 % de recettes (plus que les meilleurs clients d'Emarsys) et Email Recommender a rapporté 4,5 % de recettes (4 fois plus que les meilleurs clients Emarsys).



« Réussir son automatisation revient à créer une machine à argent perpétuel et nous sommes emballés par les possibilités d'évoluer intelligemment et d'améliorer la pertinence de notre dialogue avec les clients. »

– Graham Dekker, Directeur général, Marine Deals



Les résultats

Au bout d'un an d'utilisation de la plateforme marketing Emarsys, Marine Deals a rempli une multitude d'objectifs, de la personnalisation de campagnes automatisées et des recommandations à la hausse du chiffre d'affaires grâce au canal e-mail.

Identifier vos meilleurs clients

Grâce aux fonctions de segmentation et d'analyse de données de l'outil Smart Insight, Marine Deals a identifié ses meilleurs clients (platine) qui dépensent 5 à 6 fois plus par commande que toutes les autres catégories de clients, positionnant l'e-commerçant parmi les meilleurs clients d'Emarsys.

Une meilleure rétention client

Avec l'Automation Center, créer et programmer des e-mails ciblés est devenu beaucoup plus simple pour l'équipe marketing de Marine Deals. Les 6 campagnes en cours ont amélioré les conversions par e-mail de 19 %, la rétention de clients actifs de 24 % et la reconquête de 9 %.

La prédiction accroît les recettes

Les recommandations contribuent maintenant à hauteur de 11,7 % au chiffre d'affaires, soit 2 fois plus que la moyenne du secteur, Web Recommender étant responsable de plus de la moitié de cette croissance. Marine Deals cherchera prochainement à améliorer davantage ces chiffres grâce à tous les autres outils offerts par la plateforme.

+19 %

de conversions e-mail

+24 %

de rétention des clients actifs

+11,7 %

de recettes sur recommandations



Créé en octobre 2009, Marine Deals offre de l'équipement pour la pêche et le nautisme au prix le plus bas ! En 2013, l'e-commerçant a été reconnu par Deloitte comme l'une des 50 entreprises à la plus forte croissance de Nouvelle-Zélande. Pour les quelque 90 000 Kiwis qui achètent sur Marine Deals, les articles sont généralement expédiés dans les 24 heures suivant la commande et souvent le jour même. L'entreprise stocke plus de 25 000 produits de pêche, de navigation et de plongée des meilleures marques, et leur catalogue ne fait que grandir. Tous les produits sont livrés avec une garantie fabricant complète et Marine Deals est à présent célèbre pour la simplicité de sa politique de retours. Pour plus d'informations, rendez-vous sur **Marine Deals**.



Emarsys offre la seule plateforme d'engagement client omnicanal conçue pour accélérer les résultats business. Avec notre plateforme, vous pouvez réduire le Time to Value, fournir des expériences client 1:1 de qualité et produire des résultats mesurables ... rapidement. Nous sommes le partenaire de choix de plus de 1 500 entreprises dans le monde entier.

emarsys.com.