



Zoomalia a augmenté le revenu de ses clients actifs de +94% en utilisant l'IA

Zoomalia est une animalerie en ligne leader en Europe et a connu une croissance rapide au cours des dix dernières années. Pour maintenir son expansion, l'équipe ambitieuse de Zoomalia continue de repousser les limites pour poursuivre la croissance et supprimer les dépendances des équipes de développement. En 2018, l'entreprise s'est concentrée sur la fidélisation et a intégré Emarsys pour l'aider à mieux comprendre ses clients et leur mode de fonctionnement. L'équipe de développement de Zoomalia a réalisé qu'elle avait besoin de l'IA pour l'aider à personnaliser les campagnes à l'échelle des habitudes d'achat et de la fréquence d'achat de chaque client. Dans les trois mois qui ont suivi le lancement d'une campagne de réapprovisionnement optimisée par l'IA, Zoomalia a augmenté sa clientèle active **de +75%** et le revenu de ses clients actifs de +94%.

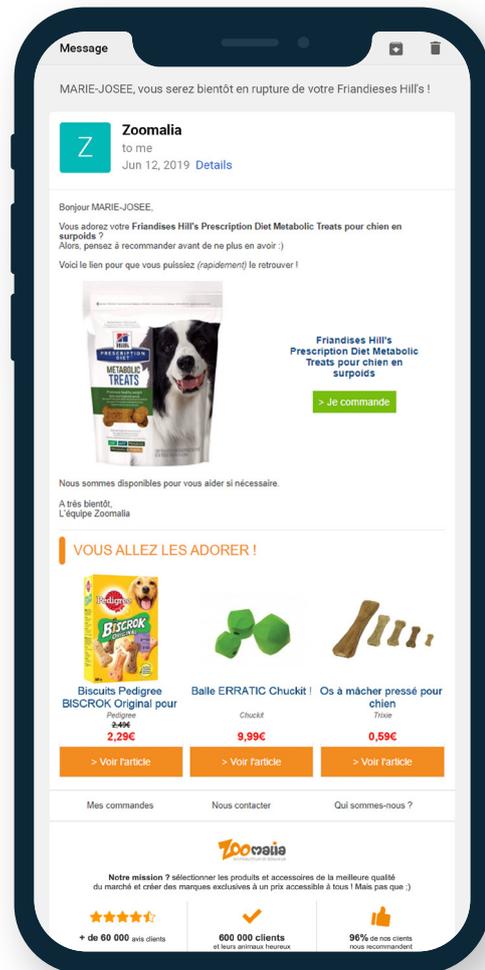
Le défi

Zoomalia avait une culture d'entreprise consistant à établir chaque composante de l'e-commerce et de la logistique en interne. Malgré la croissance des effectifs de l'entreprise et l'investissement de ressources dans l'élaboration de campagnes pour son équipe marketing, l'équipe de développement ne pouvait pas suivre les demandes de nouveaux programmes émanant du marketing, et les marketeurs étaient dépendants de l'équipe de développement pour tout changement nécessaire pour chaque campagne. Les indicateurs fournis étaient minimes et ne permettaient pas de savoir ce qui avait bien fonctionné, ce qui plaisait aux clients et ce qui les incitait à se convertir.

L'entreprise a décidé de faire confiance à un spécialiste du secteur pour libérer ses ressources informatiques et donner davantage de moyens à son équipe marketing en choisissant d'intégrer Emarsys.

Après un an sur la plateforme, Zoomalia avait déjà automatisé et personnalisé l'ensemble de son parcours client, obtenant ainsi d'excellents résultats.

L'équipe voulait pousser plus loin la personnalisation afin d'éviter que les clients ne soient à court de croquettes pour chien en leur rappelant à un niveau one-to-one quand ils auraient besoin de passer une nouvelle commande. Ils ont rapidement réalisé qu'ils ne pouvaient pas faire ces calculs à l'échelle de chaque client et qu'ils devaient trouver une alternative.



« En 2018, Zoomalia voulait se concentrer sur la fidélisation. L'équipe a investi beaucoup de temps et de ressources dans l'élaboration de programmes complexes et nous avons rapidement atteint notre limite. Nous avons continué d'agrandir l'équipe, mais pour créer un système CRM de bout en bout qui permette l'automatisation et l'analyse tout en libérant entièrement les ressources informatiques, nous avons réalisé qu'il nous fallait trouver un prestataire externe. Nous avons trouvé qu'Emarsys était une solution pouvant facilement être intégrée dans notre écosystème. Avec Emarsys, en quelques semaines, nous avons réussi l'intégration et donné à notre équipe marketing les moyens de lancer des campagnes sans aucune dépendance technique et sans attendre plusieurs semaines pour activer de nouveaux programmes.

Au cours de notre première année avec Emarsys, nous nous sommes concentrés sur le lancement de programmes réactifs ainsi que sur l'automatisation des fondamentaux du parcours client. Nous avons encore l'habitude d'envoyer un email à un client et d'attendre quelques jours avant d'envoyer un autre email. Malgré les excellents résultats obtenus, nous avons également atteint la limite de cette logique réactive.

En 2019, nous avons décidé d'aller plus loin. Chez Zoomalia, nous avons de l'ambition et nous voulions aller plus loin en sachant quand nos clients allaient avoir besoin de racheter de la nourriture pour

leurs animaux afin qu'ils puissent à nouveau les commander chez Zoomalia plutôt que d'aller dans un magasin concurrent à la dernière minute, contournant ainsi l'achat en ligne. Nous pensions que ce serait facile, en prenant le délai moyen entre deux achats du même paquet de nourriture pour animaux. Cependant, nous n'avons pas trouvé de corrélations dans la moyenne. Un client peut acheter un paquet de 7 kg et avoir 2 chiens, et un autre client peut utiliser des croquettes pour chien comme complément à d'autres aliments pour animaux, si bien que la fréquence propre d'achat de ce paquet de croquettes pour chien n'existe pas, » a déclaré Laurent Primaux, CTO chez Zoomalia.

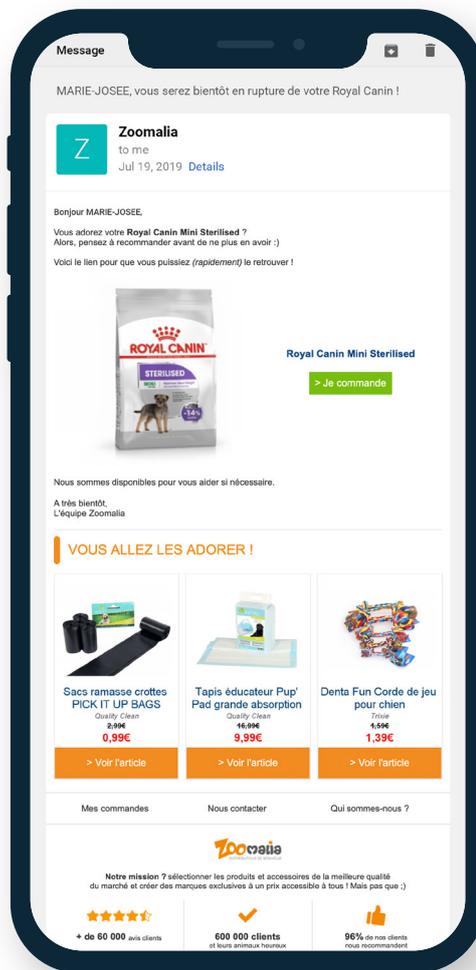
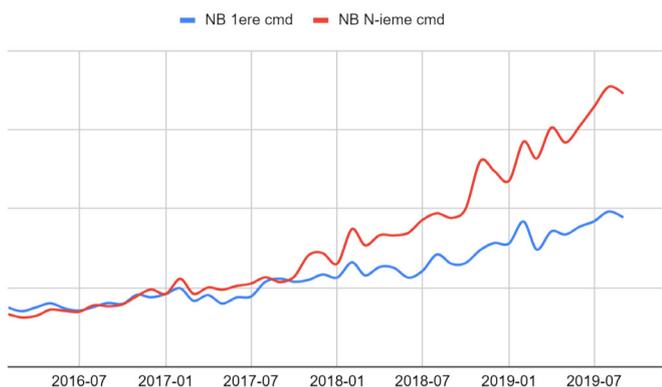


Laurent Primaux, CTO, Zoomalia

Les résultats

« La campagne sur panier abandonné est en cours depuis 3 mois, et c'est notre meilleure campagne, » a déclaré Cindy. « Je pense que nous considérons tous la campagne sur panier abandonné comme un exemple d'excellente campagne. Elle est 10 points au-dessus de nos autres campagnes. Nous avons donc constaté des résultats positifs. »

En comparant les performances d'une année à l'autre depuis l'adoption de l'intelligence artificielle et le lancement du programme de réapprovisionnement prêt à l'emploi d'Emarsys, Zoomalia a constaté une augmentation de 75 % du nombre de clients actifs, une augmentation de 94 % du revenu provenant des clients actifs et une augmentation de 68 % du revenu provenant des clients en voie de défection.



« Pour l'anecdote, deux semaines après le lancement de ce programme, beaucoup de clients nous ont demandé comment nous savions qu'ils arrivaient à court de nourriture pour animaux. Pour nous, c'était la preuve concrète que cela fonctionnait bien et que seule l'intelligence artificielle pouvait résoudre ce cas d'utilisation. C'était radical. » — Laurent Primaux.

« Ce n'est que du positif ! Et surtout, particulièrement dans mon cas, l'autonomie est totale. Ces campagnes sont automatisées donc nous faisons le travail une fois, nous le vérifions, et nous contrôlons l'analyse. Cela permet de gagner du temps et donc de se concentrer sur d'autres choses, d'autres campagnes, d'autres cas d'utilisation. C'est un gain de temps considérable. » — Cindy Torrinha



Cindy Torrinha, Digital Marketing Manager, Zoomalia



Zoomalia est une animalerie en ligne leader en France et est présente dans 8 autres pays européens. Le site web possède le plus grand catalogue produit avec plus de 30 000 références et 10 marques propres. Avec plus de 70 000 avis clients, Zoomalia permet à plus de 800 000 clients et animaux de compagnie de trouver leur bonheur. L'entreprise a connu une croissance impressionnante au cours des 10 dernières années et a maintenu son succès avec un chiffre d'affaires de +60 % en 2018, tout en maintenant un niveau élevé de satisfaction client : 96 % des clients de Zoomalia recommandent l'entreprise.



Emarsys est la plus grande entreprise au monde proposant une plateforme marketing indépendante. Notre logiciel permet des interactions individuelles véritablement personnalisées entre marketeurs et clients, quels que soient les canaux, pour une fidélité accrue, des parcours clients optimisés et un revenu en hausse. Notre plateforme marketing basée sur l'IA offre une solution intuitive et facile à utiliser pour les marketeurs, permettant aux entreprises d'adapter leurs décisions et actions marketing bien au-delà des capacités humaines.