



**EASY
PARA
PHARMA
Cie**
Le bon conseil c'est si facile!

Transformer les résultats business avec une solution intégrée partenaire

En 12 mois, Easyparapharmacie a constaté :

x5

plus de revenus provenant des campagnes automatisées

101 %

de leads convertis en clients actifs

+55 %

de clients déserteurs reconquis

+45 %

de revenus provenant de campagnes ad hoc



« Grâce à ses solutions ergonomiques et son approche user-friendly, nous avons constaté de précieux gains de temps et pouvons communiquer à 360° dans le monde entier. Par exemple, nous pouvons facilement intégrer des communications digitales et des e-mails réactifs. La plateforme Emarsys nous facilite la vie, ce qui n'était pas le cas de nos anciens fournisseurs. »

— Gaëlle Dager, Directrice générale chez Easyparapharmacie



« Le soutien d'Emarsys est sans faille. Nos interlocuteurs sont très présents et disponibles, et m'ont aidée à déterminer précisément mes objectifs CRM et une Roadmap pour l'année. Je n'avais jamais connu un tel degré de soutien avec mes fournisseurs précédents. »

— Lisa Frédéric, Manager CRM chez Easyparapharmacie

Le business

Easyparapharmacie est la première parapharmacie en ligne de France. Cette entreprise familiale, fondée en 2007 à Nice, est aujourd'hui présente dans le monde entier et possède un catalogue produit de 25 000 références et 800 marques des plus grands laboratoires pharmaceutiques. Avec un chiffre d'affaires de 27 millions d'euros en 2019, soit 20 % de plus que l'année précédente, Easyparapharmacie s'attend à dépasser la barre des 30 millions d'euros de recettes en 2020.

L'objectif

Élargir la clientèle de leur pharmacie en ligne, car le taux de pénétration est toujours bas, en améliorant leur notoriété auprès de nouveaux groupes démographiques et en optimisant la valeur à vie du client. Leurs priorités sont l'optimisation de leur programme de fidélité, la croissance à l'international et la popularisation de leur image de marque auprès d'une audience plus large.

Le défi

Easyparapharmacie utilisait auparavant un cloud marketing renommé mais avait toujours besoin d'énormément de ressources techniques pour exécuter et optimiser son marketing. Le temps et l'argent investis n'engendraient pas les résultats espérés. Il y avait très peu d'automatisations possibles, l'équipe passait donc beaucoup de temps à effectuer des tâches manuellement, et ce, régulièrement. Enfin, la segmentation n'était pas optimisée, ce qui offrait peu de visibilité à la performance des activités CRM et à la compréhension des clients en tant que groupe et en tant qu'individus.

Easyparapharmacie a adopté Emarsys avec les objectifs suivants en tête :

- Tous les canaux (e-mail, site Internet, réseaux sociaux et SMS) sont intégrés dans une seule plateforme, éliminant la nécessité de passer d'un outil à l'autre.
- Des outils de personnalisation plus performants permettent à l'équipe de personnaliser l'e-mail et les visites sur le site Internet avec des automatisations ciblées, comme des recommandations de produits.
- Les données stockées sur une seule plateforme offrent une vision à 360° des clients dans l'analyse du cycle de vie et la segmentation.
- Le plug-in Magento offre une connexion fiable aux activités stratégiques d'e-commerce.



Les résultats

Entre janvier et avril 2020, les recettes CRM ont augmenté de 62 % par rapport à l'année précédente. Les parcours automatisés sont passés de 2 à 8 %, engendrant 5 fois plus de revenus. Ces automatisations axées sur des étapes cruciales du cycle de vie, comme l'accueil de nouveaux abonnés (+ 101 % de conversions de leads en clients actifs) et la reconquête de clients inactifs et déserteurs (55 % des clients déserteurs sont redevenus actifs). Des programmes de navigation abandonnée et de panier abandonné ont également été activés, augmentant les revenus dues à l'automatisation de 15 % (contre 3 % avant Emarsys). Les campagnes ad hoc ont augmenté les revenus de 45 % grâce à l'amélioration de la personnalisation. Grâce à l'utilisation simple et la segmentation avancée, l'équipe a pu doubler le nombre de campagnes envoyées à différents segments, constatant une hausse de 125 % du taux d'ouverture et de 225 % du taux de clics.



“ Nous utilisons le reporting de l'affinité produit et le partageons avec nos laboratoires partenaires. Cela nous permet de les guider plus efficacement dans les stratégies que nous déployons. Nous utilisons aussi des analyses du cycle de vie pour mieux comprendre notre audience et concevoir notre programme de fidélité. Emarsys servira notamment pour notre projet de fidélité client.

— Mélanie Troaino, Directrice marketing chez Easypharmacie

Campagne ad hoc :
Newsletter mois bio : les favoris

3,8 % des revenus pour avril 2020

Campagne automatisée :
E-mail de bienvenue

5,3 % des revenus pour avril 2020

