



**Decathlon  
utiliza  
experiências  
personalizadas  
para  
impulsionar o  
AOV em 8%**

**DECATHLON**

×

**Insider**



**Vimos um aumento significativo em nosso engajamento de usuário e nas principais métricas de fundo de funil desde que começamos a utilizar as estratégias de engajamento da Insider. Nossa abordagem dupla foi reengajar usuários que abandonaram seus carrinhos e engajar nossos visitantes com notificações que sejam relevantes e em linha com suas preferências e comportamentos anteriores em nosso site. Ao utilizar os atributos dinâmicos e as ferramentas da Insider, conseguimos aprimorar nossa Taxa de Conversão em quase 14% e aumentar nosso Valor Médio do Pedido (AOV) em 8%. Conseguimos engajar cada usuário com notificações e banners no site altamente relevantes."**

Wojciech Zięba  
Diretor de E-commerce & Omnichannel na Decathlon Polska

## Sobre a Decathlon

Fundada em 1976, na França, a Decathlon é uma varejista internacional do setor de esportes com 2080 lojas em 56 países. Incorporando o design de alto desempenho e em constante evolução a seus produtos de alta qualidade a um preço acessível, a Decathlon é sinônimo de alto valor para o dinheiro e aventuras esportivas para milhões em todo o mundo. A empresa tem suas próprias marcas e especialistas 'do coração' que ajudam a criar, desenhar e fabricar seus produtos para diversos esportes em laboratórios e estúdios da Decathlon ao redor do mundo.



1976



mais de 100.000



56 Países



mais de 2.000 lojas



# Notificar usuários de novas ofertas, mais vendidos e produtos vistos por último por meio da microsegmentação

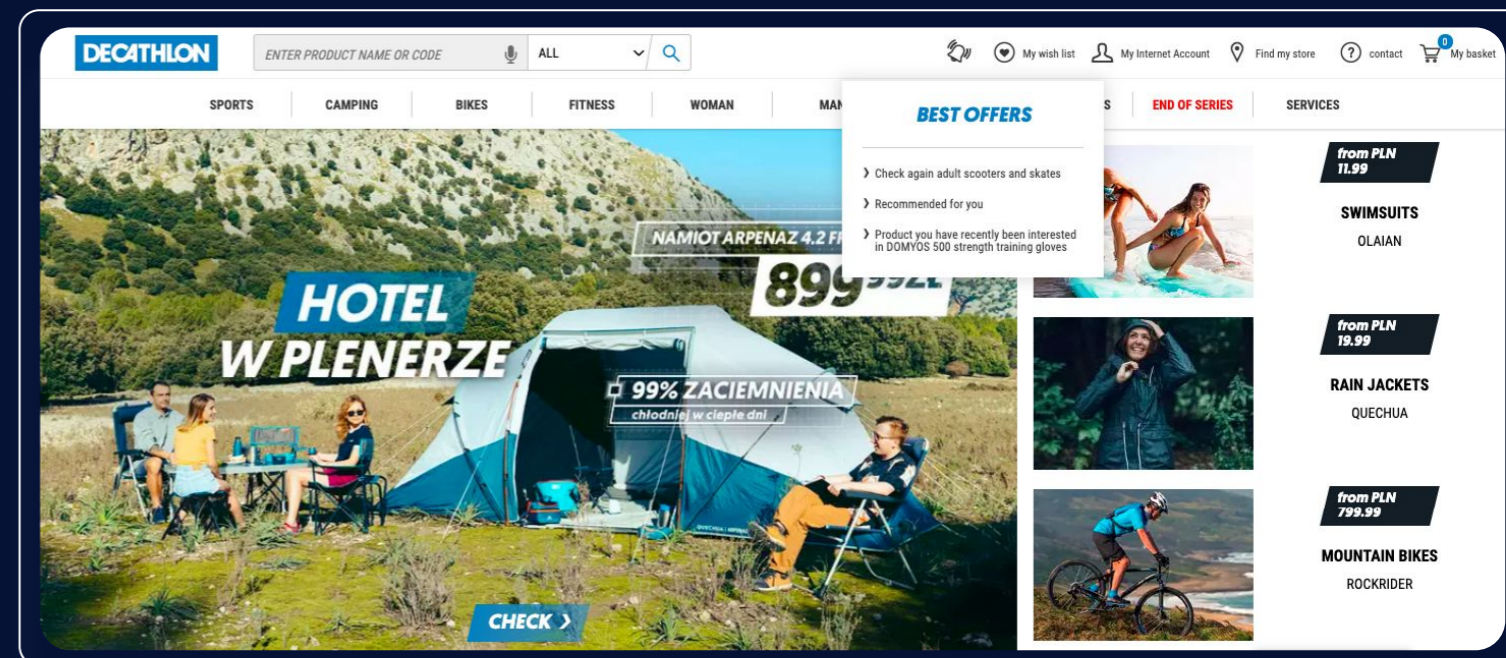
Como você notifica usuários sobre novas ofertas, produtos mais vendidos, itens em tendência e produtos vistos por último pelos usuários que estão se esgotando rápido? E ainda, como você personaliza esses engajamentos e os mantém relevantes quanto às preferências dos usuários?

Trabalhando de perto com o seu Gerente de Contas da Insider, a Decathlon começou a utilizar o produto experimental no site da Insider, o Notification Centre, para chamar a atenção dos visitantes e direcioná-los a páginas de categoria de tendências e/ou produtos personalizados para gerar conversão.

O Notification Centre no site da Decathlon utilizou atributos dinâmicos tais como “produto visto por último” para manter estas notificações relevantes e criar um senso de urgência.

Em apenas um mês, a Decathlon alcançou um **aumento de 8% no Valor Médio do Pedido (AOV)**.

**8%**  
de aumento  
no AOV



# Otimizando o processo de pagamento e aumentando o Valor Médio do Carrinho

A Decathlon percebeu que boa parte de seus visitantes nunca passava do ponto de pagamento. A empresa queria otimizar o processo de pagamento para reduzir o número de desistências e também para incentivar os clientes a adicionar mais itens a seu carrinho antes da compra.

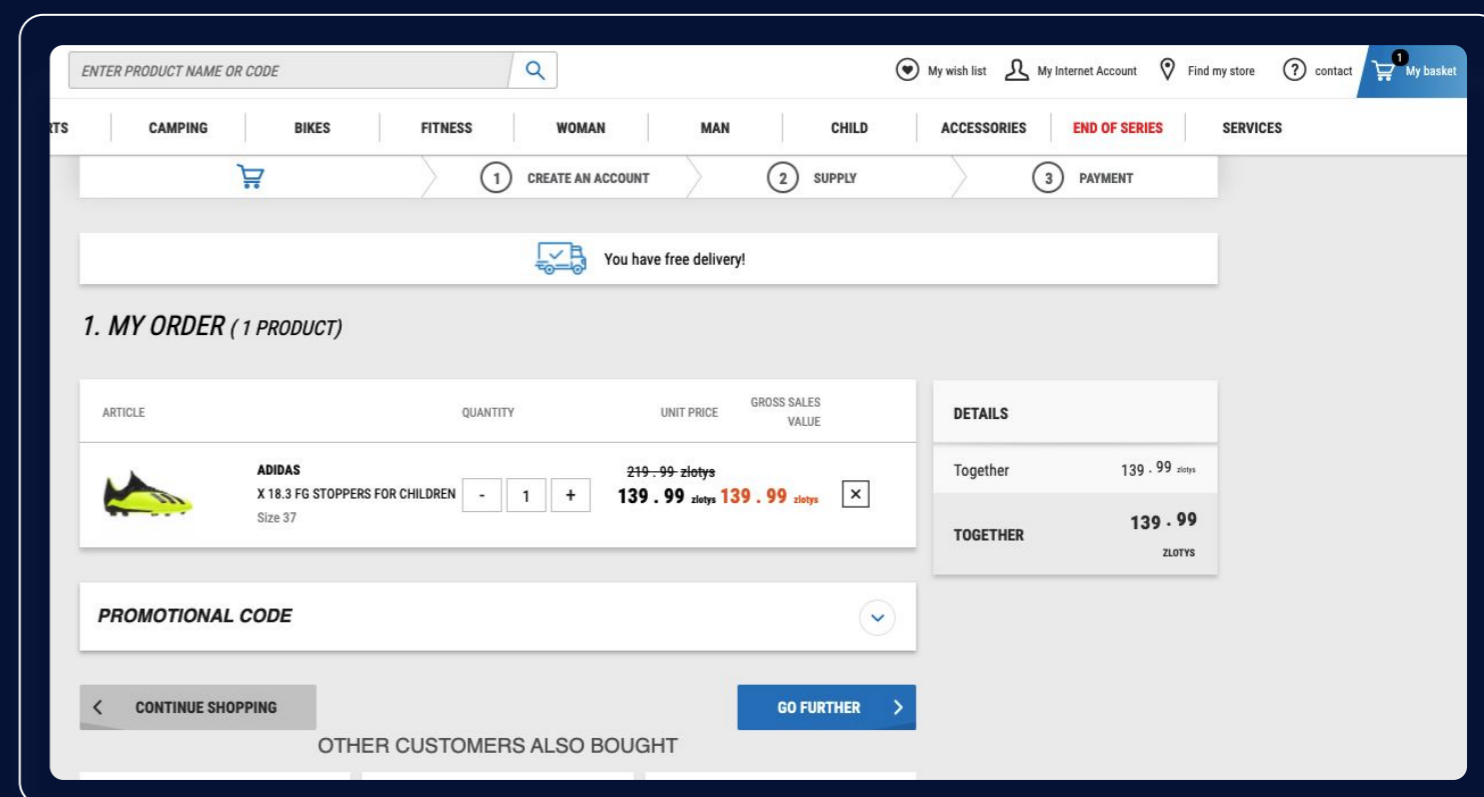
A Insider sugeriu que oferecessem aos clientes da Decathlon um incentivo de entrega gratuita sob a condição que seus carrinhos atingissem um determinado limite de valor.

Os Banners de Frete Grátis da Insider, exibidos no topo do site da Decathlon, forneceram um lembrete visual aos usuários de quanto faltava para atingir o incentivo de frete grátis.

Utilizando este gatilho de compra na Página de Pagamento, a Decathlon conseguiu otimizar o processo de pagamento, encorajando mais usuários a finalizar suas compras e a melhorar seus Valores Médios do Pedido.

No geral, a Decathlon aumentou sua renda incremental por meio de um **aumento de 14% em AOV**.

**14%**  
de  
**aumento**  
em **AOV**



## Trazendo os usuários de volta quando seu produto escolhido retorna ao estoque

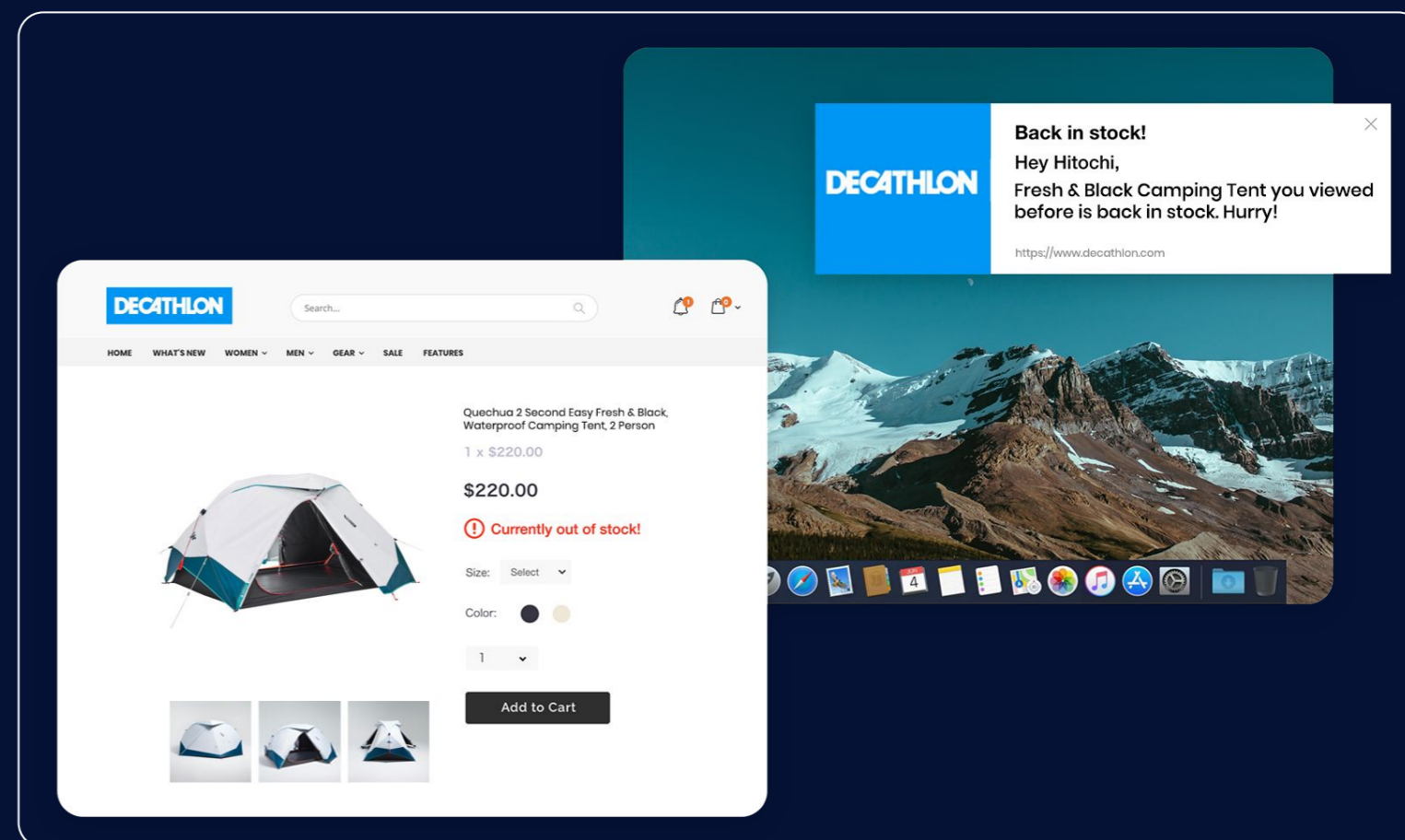
A Decathlon notou que um dos fatores que fazia com que os usuários deixassem o site eram os produtos esgotados. No entanto, como ela repunha seus estoques com frequência, a empresa precisava de um modo rápido e eficiente de contatar os usuários quando seus produtos favoritos voltassem ao estoque. O objetivo era trazê-los de volta ao site para realizar a compra.

A Insider ajudou a Decathlon a lidar com esse desafio com uma estratégia de notificação web push “de volta ao estoque” que utiliza tanto dados de estoque quanto dados comportamentais dos clientes para entregar a mensagem certa às pessoas certas. Como a notificação é entregue diretamente ao navegador do usuário, foi a melhor solução para engajar os usuários (onde quer que eles estivessem na internet) e trazê-los de volta para visualizar o produto.

A Decathlon alcançou uma **taxa de conversão de 2,62%** por meio de campanhas que enviavam notificações push de “Em Estoque”.

Essas notificações também geraram **6.068 sessões** adicionais que aprimoraram significativamente o engajamento no site.

**2.62%**  
CR (Taxa de Conversão)



## Perspectivas

---

No futuro, a Decathlon trabalhará de perto com a Insider para incorporar a completa variedade de tecnologias impulsionadas pela IA em suas estratégias de engajamento no site.

As habilidades de segmentação auxiliadas por IA da Insider abordam o engajamento do cliente no site ao microsegmentar usuários com base em atributos dinâmicos. Por sua vez, isso permitirá que a Decathlon entregue engajamento altamente personalizado aos visitantes, com base em seus atributos dinâmicos.

Uma das áreas em que isso exercerá um papel fundamental para a Decathlon será na otimização do funil de pagamento. Ela empregará atributos dinâmicos para entregar mensagens relevantes aos usuários durante o processo de pagamento, melhorando, assim, as conversões e aumentando o Valor Médio do Pedido.

A Decathlon também explorará notificações no site com atributos dinâmicos para engajar visitantes com mensagens baseadas em suas atividades únicas e intenções de busca. Isso otimizará a duração da sessão e aprimorará as taxas de conversão.



# Sobre a Insider

---

A Plataforma de Gerenciamento de Crescimento (Growth Management Platform - GMP) da Insider ajuda os profissionais de marketing digital a impulsionar o crescimento em todo o funil, da Aquisição à Ativação, Retenção e Receita. Aproveitando a segmentação preditiva em tempo real alimentada por recursos de Inteligência Artificial, a Plataforma de Gerenciamento de Crescimento capacita os profissionais de marketing a oferecer jornadas personalizadas pela web, web móvel, aplicativos móveis e canais de anúncios. Construído em uma camada de dados unificada, o GMP é fácil de implementar e simples de usar, evitando a necessidade de integrações complexas e dependência de equipes de TI. A Insider simplifica a vida dos profissionais de marketing digital e os ajuda a impulsionar o crescimento de suas marcas, com zero desperdício de marketing.

A Insider é uma empresa de tecnologia com escritórios em Londres, Paris, Singapura, Tóquio, Hong Kong, Seul, Sydney, Helsinki, Barcelona, Dubai, Moscou, Varsóvia, Taipei, Jakarta, Manila, Wellington, Istambul, Kiev, Cidade de Ho Chi Minh, Bangcoc, Bruxelas, Amsterdã, Luxemburgo, Ankara e Kuala Lumpur. A Insider foi reconhecida como Líder no G2 Grid® para Marketing Mobile por 14 trimestres consecutivos. A Plataforma de Gestão de Crescimento da Insider está solidamente posicionada no Quadrante Mágico de Gartner para Hubs de Marketing Entre Canais 2020.

AVON

ESTÉE LAUDER

PHILIPS

SAMSUNG

PUMA

hunkemöller

Levi's®

IKEA

MAC

UNI  
QLO

GAP

CLARINS  
PARIS

[info@useinsider.com](mailto:info@useinsider.com)

[www.useinsider.com](http://www.useinsider.com)