

**Como a Philips Atingiu
um aumento de 35% no
AOV Usando
Engajamento Onsite &
Personalização**



PHILIPS × **Insider**



Flexibilidade, personalização e performance

Os recursos da plataforma da Insider são ilimitados, incluindo personalização, segmentação, campanhas mobile e otimização de conversão. A ferramenta aborda vários de nossos desafios e simplificou o uso de um CMS complexo. A otimização da navegação móvel, das conversões na web e móvel e a capacidade de oferecer jornadas de usuário altamente impactantes são alguns dos outros benefícios. É fácil de usar e permite que eu execute rapidamente. Nos raros casos em que preciso de ajuda, a equipe é sempre receptiva e empática em sua resolução. Estou muito orgulhosa da parceria da Philips com a Insider. A equipe deles tem nos ajudado a oferecer experiências de usuário melhores e personalizadas aos nossos clientes.

Anissa Bégin
Gerente de Website & SEO

Sobre a Philips

A Philips, conglomerado multinacional holandês, começou como fabricante de lâmpadas e hoje é referência em inovação em tecnologia e saúde.

Fundada em 1891, emprega atualmente cerca de 74.000 pessoas em 100 países. A Philips utiliza tecnologia avançada e insights clínicos e de consumo profundos para fornecer soluções integradas.



1891



74,000+



100+ países



94 lojas online



Construindo a confiança do cliente e promovendo um checkout mais rápido usando social proof

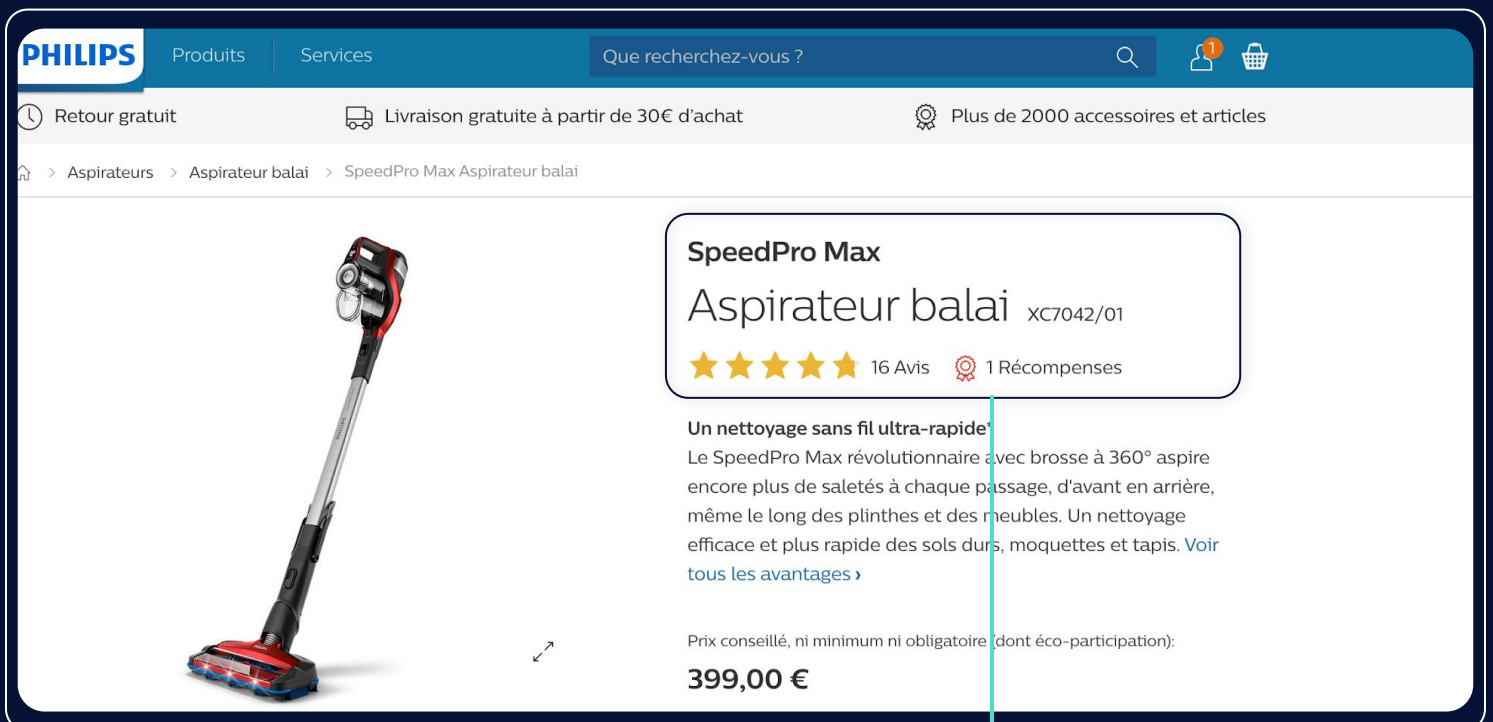
A Philips observou que uma porcentagem significativa de seus usuários da web adicionava produtos ao carrinho, mas mostrava relutância em finalizar a compra e concluir a compra. A marca queria implementar uma solução inovadora que motivasse os usuários a concluírem suas compras mais rapidamente, gerando confiança e engajamento.

Entendendo os objetivos e as metas desejadas, a Insider recomendou a exibição de uma mensagem de Prova Social na página do produto específico – para aqueles usuários que já tinham o produto em seu carrinho.




Isso ajudou a criar um senso de urgência enquanto criava confiança em torno do produto. A Philips observou que houve um **aumento de 3,74% no valor médio do pedido (AOV)**, juntamente com as **taxas de conversão aumentando em até 14%**.







3.74%
Aumento
no AOV




The screenshot shows the Philips website interface for the SpeedPro Max cordless stick vacuum cleaner. The page features a navigation bar with the Philips logo, 'Produits', and 'Services' tabs. A search bar contains the text 'Que recherchez-vous?'. Below the navigation bar, there are three utility links: 'Retour gratuit', 'Livraison gratuite à partir de 30€ d'achat', and 'Plus de 2000 accessoires et articles'. The breadcrumb trail reads 'Aspirateurs > Aspirateur balai > SpeedPro Max Aspirateur balai'. The main content area displays a product image of the vacuum cleaner on the left. To the right, the product title is 'SpeedPro Max Aspirateur balai XC7042/01', followed by a 5-star rating and '16 Avis' (reviews), and a ribbon icon with '1 Récompenses' (award). A descriptive paragraph highlights the vacuum's features, such as its 360-degree rotating brush and cordless design. The price is listed as '399,00 €' with a note about eco-participation.


PHILIPS Produits Services Que recherchez-vous?   

 Retour gratuit  Livraison gratuite à partir de 30€ d'achat  Plus de 2000 accessoires et articles

 > Aspirateurs > Aspirateur balai > SpeedPro Max Aspirateur balai



SpeedPro Max
Aspirateur balai XC7042/01

★★★★★ 16 Avis  1 Récompenses

Un nettoyage sans fil ultra-rapide*
Le SpeedPro Max révolutionnaire avec brosse à 360° aspire encore plus de saletés à chaque passage, d'avant en arrière, même le long des plinthes et des meubles. Un nettoyage efficace et plus rapide des sols durs, moquettes et tapis. [Voir tous les avantages >](#)

Prix conseillé, ni minimum ni obligatoire (dont éco-participation):
399,00 €

SpeedPro Max

Aspirateur balai XC7042/01

★★★★★ 16 Avis  1 Récompenses

Melhorando as principais métricas do fundo do funil na web móvel com recomendações personalizadas

A Philips queria se concentrar em seu engajamento mobile, principalmente na entrega de recomendações personalizadas para seus usuários da web móvel. A empresa também queria melhorar as conversões e AOV de seus usuários móveis.

Trabalhando em conjunto com a equipe de gerenciamento de contas da Insider, a Philips começou a usar o Smart Recommender com inteligência artificial do Insider. Essa ferramenta é capaz de fornecer recomendações de produtos altamente contextuais. Os usuários em uma página de produto recebem recomendações de produtos relevantes com base em dados comportamentais anteriores e preferências do usuário.

A Philips observou um aumento na **taxa de conversão de 40,11% em mobile web** e **+20 mil euros de receita incremental** foram gerados por essas campanhas.



40.11%
Aumento
em CR

Produits les plus populaires



Series 4500i Purificateur d'air
AC4550/10

★★★★★ (15)

Prix de la boutique en ligne Philips
629,99 €



Trouver des revendeurs

[Voir le produit](#)



Lumea Prestige Épilateur à lumière pulsée - produit reconditionné
BRI956/00R1

★★★★★ (100)

Prix de la boutique en ligne Philips
395,99 € ~~494,99 €~~ (Prix de vente recommandé)



Trouver des revendeurs

[Voir le produit](#)



Premium Airfryer XXL
HD9650/90

★★★★★ (14)

Prix de la boutique en ligne Philips
279,99 €



Trouver des revendeurs

[Voir le produit](#)



SpeedPro Max Aspirateur balai
XC7042/01

★★★★★ (16)

399,00 €*

Trouver des revendeurs

[Voir le produit](#)



Melhorando o AOV com barra de progresso de frete grátis

A Philips percebeu que uma experiência envolvente na jornada de compra de um usuário otimizaria a experiência do usuário e melhoraria o AOV por usuário. Eles queriam implementar uma solução inovadora no local que abordasse esse desafio.



A equipe de gerenciamento de contas da Insider aconselhou a Philips a implementar uma barra de progresso assim que um usuário adicionar qualquer item ao carrinho. Quando o valor do carrinho está abaixo de um determinado limite, uma barra de progresso é exibida aos usuários, lembrando-os do valor atual do carrinho e quanto mais precisa ser adicionado para se qualificar para frete grátis. Esse engajamento visível e em tempo real melhorou os cliques e o engajamento onsite.




Com o aumento de cliques, o AOV por usuário também aumentou, resultando em um **aumento de 35,17% no AOV**.



35.17%
Aumento
em AOV

This page is also available in [France \(Français\)](#)

PHILIPS Productos Asistencia del producto ¿Qué estás buscando?  

AVENT  Garantía de devolución de 30 días  Envío gratis a partir de 50 €  2 años de garantía en nuestros productos



34,01 EUR para tener gastos de envío GRATIS




Sets de regalo de biberones

Productos esenciales de alimentación para esos valiosos primeros momentos

Marca **Nº1** recomendada por las madres a nivel mundial!

This page is also available in [France \(Français\)](#)

PHILIPS Productos Asistencia del producto ¿Qué estás buscando?  

AVENT  Garantía de devolución de 30 días  Envío gratis a partir de 50 €  2 años de garantía en nuestros productos

ENVIO GRATUITO

Sets de regalo de biberones

Productos esenciales de alimentación para esos valiosos primeros momentos

Marca **Nº1** recomendada por las madres a nivel mundial!



Segmentação de novos visitantes do site com sobreposições personalizadas para melhorar o engajamento

A Philips queria começar a engajar novos visitantes em seu site tanto no computador quanto no celular, em uma tentativa de melhorar a experiência do usuário, retê-los e transformar visitantes em clientes. Eles exigiam uma estratégia de engajamento no local que visasse novos usuários.

Trabalhando em estreita colaboração com a equipe de gerenciamento de contas do Insider, a Philips decidiu integrar a sobreposição de código de cupom para seu envolvimento na web e na web móvel. Novos usuários que chegavam ao site da Philips eram direcionados com cupons de desconto especiais na primeira compra.

Essas estratégias resultaram em um **melhor engajamento onsite de novos usuários, um aumento na taxa de conversão de 14,94% na web para desktop, e aumento de 10,15% no AOV na web mobile.**



14.94%
Aumento
em CR

PHILIPS Prodotti Assistenza prodotti Cosa cerchi?

Puoi restituire il prodotto entro 45 giorni Spedizione gratuita su tutti gli ordini 2 anni di garanzia

🏠 > Corpo

Scegli il Bodygroom perfetto per te

All-in-one
Serie 7000

Rifinitura e depilazione
Serie 5000

Spe
sen
Serie

Approfitta di €5 di sconto sul tuo prossimo acquisto. Copia e incolla il codice sconto all'interno del carrello.

5PERTE

Copy

Get Discount

Depilatore uomo all-in-one

Cor

10.15%
Aumento
em CR

PHILIPS

Approfitta di €5 di sconto sul tuo prossimo acquisto.

5PERTE

Copia

Ottieni lo sconto

Rasoio Elettrico

Il miglior rasoio di Philips. Liscio come un rasoio manuale*

*Test: soggettivo condotto nel 2018 in Germania, 756 valutazioni di 7 barbieri con 108 consumatori

>>



Um Futuro Brilhante

Em breve, a Philips buscará os poderosos recursos de segmentação e personalização apoiados por IA da Insider para alimentar suas campanhas de fim de ano voltadas para os compradores da Black Friday, inverno e feriados.

A marca planeja continuar otimizando a métrica AOV em seu envolvimento no local usando a Insider, com foco em determinadas categorias de produtos. Para o próximo ano, a Philips busca aprimorar sua personalização e fortalecer sua segmentação para oferecer experiências de cliente mais individualizadas. Além disso, a Philips buscará oferecer estratégias de engajamento relevantes para vários perfis de usuários, como 'altos gastos', 'afinidade com descontos', por meio de segmentação precisa.



Sobre a Insider

Insider - a plataforma cross-channel para experiências individualizadas - permite que os profissionais de marketing conectem dados de diversos canais e sistemas e prevejam o comportamento futuro dos seus clientes por meio de IA. Os profissionais de marketing utilizam Insider para oferecer experiências personalizadas em canais como Web, App, Web Push, Email, SMS, Aplicativos de mensagens (WhatsApp, Facebook Messenger, RCS), anúncios e muito mais.

Recentemente a Insider anunciou sua rodada de financiamento da Série D de US\$ 121 milhões, liderada pela QIA e acompanhada por Sequoia, Riverwood Capital, 212, Wamda Capital, Esas Private Equity e Endeavor Catalyst. Com esse marco, a empresa se torna o 9º Unicórnio SaaS B2B do mundo e 1º na América Latina e na Turquia e um dos poucos unicórnios SaaS fundados e liderados por mulheres no mundo. Insider foi destaque no Gartner Magic Quadrant para Multichannel Marketing Hubs 2020 e The Forrester Wave para Cross-Channel Campaign Management 2021. A empresa foi nomeada a líder # 1 em Mobile Marketing Software e Redes de Personalização da G2, com uma classificação de 4,6 / 5 baseada 100% nas análises dos usuários, 17 trimestres consecutivos. A CrunchBase classificou recentemente a co-fundadora e CEO da Insider, Hande Cilingir, como uma das principais CEOs mulheres fora dos Estados Unidos.

Muitas das empresas mais prestigiadas da Fortune 500 e das principais marcas do varejo, automotivo e de viagens usam Insider para oferecer experiências personalizadas baseadas em IA que superam as expectativas dos clientes. Insider conquistou a confiança de mais de 800 empresas globais, incluindo Singapore Airlines, Virgin, Toyota, New Balance, IKEA, Samsung, Newsweek, MediaMarkt, Nissan, AVIS, Marks & Spencer, Allianz, BBVA, Dominos, Avon e CNN.

AVON

ESTÉE LAUDER

PHILIPS

SAMSUNG



hunkemöller



MAC



GAP



info@useinsider.com

www.useinsider.com