



SUCCESS STORY

Comment Slazenger a multiplié par 49 son ROI en seulement 8 semaines grâce à la solution de marketing omnicanal d'Insider



Architect

Marketing Cross-Channel

Personnalisation

x49 ROI en 2 mois

700% augmentation de l'acquisition client

12% augmentation du CTR par rapport aux campagnes habituelles



Insider nous a permis d'élaborer des campagnes **pertinentes et opportunes** sur près de 30 segments de clientèle différents. Nous avons créé des expériences utilisateur personnalisées et multicanales et les avons combinées avec la gamification onsite, ce qui nous a permis d'**augmenter de 700 %** l'acquisition clients et de **multiplier par 49** le ROI en seulement deux mois grâce à Insider.

Ecommerce Director



A propos Slazenger

Slazenger, l'une des marques de sport les plus réputées au monde, est connue pour ses vêtements de sport élégants pour le cricket, le tennis, la natation, le hockey, le golf et bien d'autres domaines encore. Avec plus de 150 ans d'expérience, Slazenger propose une gamme de modèles amateurs et de produits de qualité professionnelle.

Fondée en 1881, la marque a acquis une renommée mondiale lorsque les champions de tennis ont demandé des balles de tennis Slazenger pour le tournoi du Grand Chelem. Depuis, Slazenger est devenu célèbre pour avoir le plus long sponsoring sportif de l'histoire en fournissant des balles de tennis pour Wimbledon depuis 1902. Slazenger a également produit la balle de match officielle de la Coupe du monde de la FIFA 1966.

+1,200 marques dans le monde font confiance à Insider



[Demandez une démo](#)

En résumé

Slazenger était à la recherche d'une **solution marketing cross-canal** pour mieux impliquer ses clients et améliorer le retour sur investissement de son stack martech. Après avoir fait des recherches en ligne et découverts les expériences clients avec Insider, ils savaient que la plateforme répondrait à leurs attentes, garantissant la satisfaction des partenaires, un support technique disponible et d'excellents résultats.

L'équipe eCommerce de Slazenger avait un objectif principal : **personnaliser l'expérience client à travers les canaux** en ciblant les bons segments d'utilisateurs avec des messages **contextuels et pertinents**.

La plateforme et les fonctionnalités avancées d'Insider ont changé la donne en aidant l'équipe à atteindre cet objectif. Grâce à la solution d'orchestration de parcours cross-canal d'Insider, **Architect**, Slazenger a engagé les acheteurs avec des messages contextuels sur les produits pour lesquels ils avaient déjà manifesté de l'intérêt. En envoyant des **notifications de baisse de prix** et des **rappels de panier** pour ces produits, l'entreprise a obtenu un ROI x49 en seulement deux mois.

Les autres produits Insider que Slazenger a intégrés comprennent les suites **Web Desktop et Mobile**, ainsi que la solution **Web Push**, qui permet d'envoyer des notifications personnalisées aux visiteurs du site Web.



Nous n'en revenons pas de la rapidité avec laquelle la campagne d'abandon de panier a été mise en place et les résultats ont été incroyables. **Architect** nous a aidés à retrouver des acheteurs engagés et à les convaincre de terminer leurs achats - une tactique simple mais incroyablement efficace pour augmenter le chiffre d'affaires. Nous avons déjà constaté un retour sur investissement phénoménal !

Ecommerce Director



Demandez une démo

Récupérer les paniers abandonnés grâce à des messages individualisés et cross-canal

La challenge

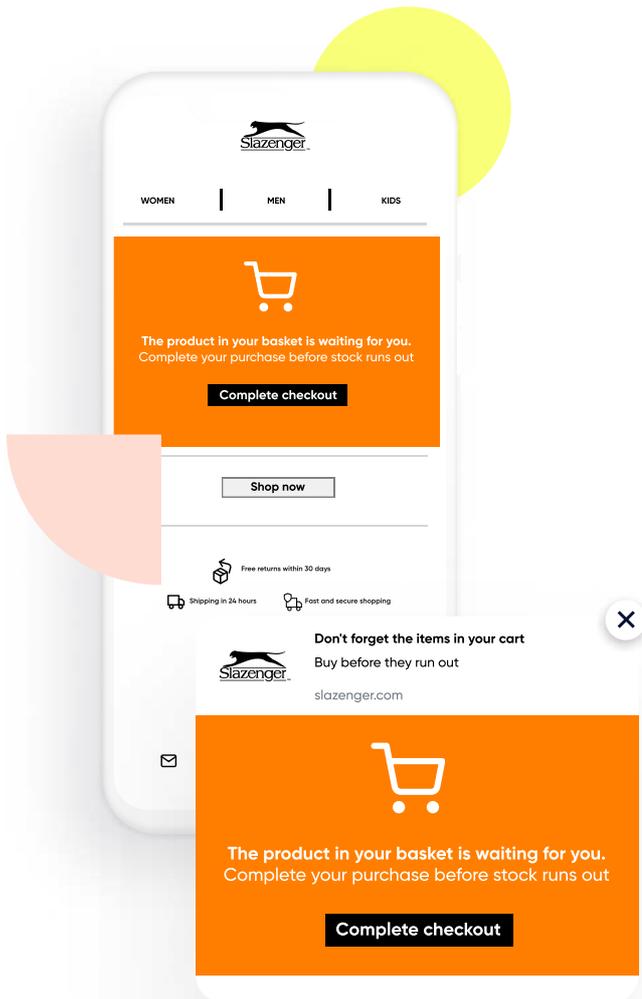
Slazenger cherchait à améliorer son taux d'abandon de panier. Les acheteurs qui abandonnent leur panier sont un public engagé (ils ont déjà franchi la plupart des étapes de l'entonnoir de vente), et ils avaient donc besoin d'une solution d'expérience client qui pourrait les inciter à terminer leurs achats. Cela aiderait Slazenger à augmenter les conversions et à générer un meilleur retour sur investissement de leur stack martech.

La solution

Après s'être alignée sur les principaux défis de Slazenger, l'équipe Insider a mis en œuvre notre outil d'orchestration des parcours cross-canal, **Architect**. **Architect** utilise les données clients et l'IA pour délivrer des messages au bon moment, avec le bon contenu, afin de donner à chaque parcours client un aspect hyper-personnalisé. **Architect** a permis à Slazenger de créer des messages puissants, personnalisés et contextuels et d'engager ses clients sur plusieurs canaux, y compris le **Web Push**, le **SMS** et l'**Email**.

Leur première campagne a consisté à envoyer des **Emails de rappel de panier** et des communications de suivi pour inciter les clients ayant abandonné leur panier à revenir et à terminer leurs achats. Grâce à la plateforme Insider, Slazenger a ciblé les acheteurs ayant abandonné leur panier en leur envoyant une notification automatisée sur le canal de leur choix (**Email**, **onsite** ou **Web Push**). **Architect** leur a ensuite envoyé un code de réduction par **SMS**.

En combinant l'IA et la personnalisation sur plusieurs canaux, **Architect** a aidé Slazenger à réengager les acheteurs ayant abandonné leur panier et à les inciter à terminer leurs achats.



Résultats

x49 ROI

En 2 mois

\$36,172 revenu récupérées en une seule campagne

USE CASE #2

Inciter les acheteurs à revenir avec des notifications de baisse de prix ciblées

La challenge

Slazenger souhaitait améliorer le taux de clics (**CTR**) et le taux de conversion (**CVR**) de ses Emails. Pour ce faire, ils voulaient s'assurer que leurs emails avaient toutes les chances d'attirer l'attention de l'utilisateur.

Slazenger savait que de nombreux clients consultaient ses produits en ligne sans les acheter, peut-être en raison des prix élevés. Ils savaient également que les remises avaient un impact significatif sur le comportement des acheteurs, en aidant à convertir les utilisateurs qui étaient auparavant hésitants grâce à des prix plus bas et à des offres limitées dans le temps. Il était important que les messages sur les **remises soient pertinents et ciblés**, en mettant en avant les produits spécifiques qui intéressaient l'utilisateur, afin de donner à la campagne d'e-mailing les meilleures chances de succès.

La solution

Grâce à **Architect**, Slazenger a envoyé des notifications de baisse de prix par **Email** et par **Web Push** pour informer les utilisateurs lorsque le prix d'un produit qu'ils avaient consulté, ajouté à une liste de souhaits ou abandonné dans le panier baissait de 10% ou plus.

Chaque message étant envoyé dans les 24 heures suivant la consultation du produit, les notifications de baisse de prix ont contribué à créer un sentiment d'urgence et ont encouragé les acheteurs à revenir et à finaliser leur achat. Cette stratégie de baisse des prix a également permis à Slazenger de convertir d'autres abandons de panier en acheteurs.



Architect nous a aidés à créer une expérience marketing véritablement omnicanale pour nos clients, en nous permettant de les engager sur les bons canaux et au bon moment. Cela nous a permis d'obtenir une **augmentation de 12,1% du taux de clics moyen**... ce qui montre à quel point nos messages résonnent mieux grâce à la segmentation avancée et à l'IA prédictive.

Ecommerce Director



Résultats

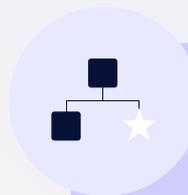
12.1% augmentation du taux de clics par rapport aux autres campagnes



Looking ahead

Slazenger a pour objectif d'améliorer l'expérience de ses clients en ajoutant d'autres produits et fonctionnalités Insider. En partenariat avec Insider, l'équipe prévoit d'améliorer les **conversions**, de **réduire davantage les abandons de panier** et de **délivrer des messages clients plus pertinents et plus opportuns afin d'améliorer le ROI**.

La prochaine étape sera d'expérimenter des campagnes de **réapprovisionnement** et d'**autres notifications de baisse de prix**. L'objectif est d'offrir une expérience client cross-canal 1:1 sur tous les canaux et pour tous les clients afin d'améliorer l'engagement et d'augmenter le chiffre d'affaires.



Fonctionnalité préférée **Architect**

La fonctionnalité préférée de Slazenger est **Architect**, car elle leur permet de conserver une messagerie cohérente, tout en orchestrant des expériences transparentes sur tous les canaux préférés de leurs clients.

A propos

Insider – une plateforme unique pour construire des expériences personnalisées et cross-canal – permet aux spécialistes du marketing de connecter les données des clients à travers les canaux et les systèmes, de prédire leur comportement futur grâce à l'IA et de personnaliser les expériences clients. Les spécialistes du marketing utilisent la plateforme Insider pour offrir des expériences cohérentes et attrayantes sur des canaux tels que le Web, les applications, le Web Push, les Emails, les SMS et les applications de messagerie (WhatsApp).

Insider a récemment obtenu le statut de licorne et a été félicité par le NASDAQ pour être devenue l'une des rares licornes SaaS B2B fondées et dirigées par des femmes dans le monde. Insider a été nommée leader dans le [Gartner Magic Quadrant for Personalization Engines 2022](#), [The Forrester Wave for Cross-Channel Campaign Management 2021](#), and [IDC MarketScape: Worldwide Customer Data Platforms Focused on Front-Office Users 2021-22 Vendor Assessment](#).

SAMSUNG

GAP

L'ORÉAL

Santander

TOYOTA

Virgin

MAC

CNN

[Demandez une démo](#)

useinsider.com | info@useinsider.com