

SUCCESS STORY

Comment Intersport a augmenté son chiffre d'affaires de 4 % grâce à des expériences on-site personnalisées



Web Suite

Lead collection

Banner management

4% d'augmentation de l'AOV

5,300 nouveaux leads



"Grâce à Insider, nous n'avons plus besoin de gérer manuellement chaque campagne, ce qui a significativement boosté notre efficacité et notre productivité."

Omnichannel Director chez Intersport Poland



Sommaire exécutif

Les expériences on-site d'Intersport étaient génériques, compromettant la confiance et l'engagement des clients. Avec un catalogue immense, l'entreprise recherchait une plateforme de personnalisation capable de fournir du contenu hyper-personnalisé à ses clients afin d'accroître la fidélité et de stimuler le chiffre d'affaires. Les capacités de segmentation approfondie d'Insider, avec plus de 120 attributs filtrables, ont permis à Intersport de créer des expériences contextuelles, personnalisées en fonction des conditions météo à l'emplacement de chaque visiteur. Cette personnalisation a permis de rendre l'expérience plus pertinente, entraînant une augmentation du chiffre d'affaires de 4 %. Insider a également soutenu Intersport avec une stratégie offline-to-online, visant à faire passer les acheteurs en magasin vers le digital, pour renforcer les points de contact et augmenter la fréquence des interactions. Résultat : 5 300 nouvelles inscriptions à la newsletter, comblant le fossé entre les canaux de vente.

A propos d'Intersport

Fondée en 1968, INTERSPORT International Corporation est un leader mondial de la distribution d'articles de sport. Présente dans 63 pays avec 5 830 magasins, c'est l'une des enseignes les plus reconnues et appréciées au monde. Passionnée par l'idée de "rendre le sport accessible à tous", elle propose un vaste catalogue de produits pour les sportifs de tout âge et niveau.

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

SAMSUNG

GAP

L'ORÉAL

Santander

Virgin

TOYOTA

MAC

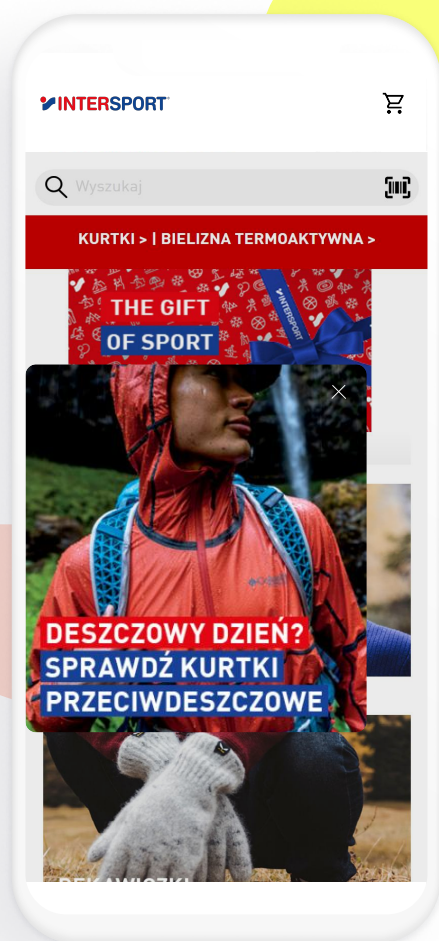
[Demandez une démo](#)

Pourquoi Insider?

Intersport a choisi Insider en raison de ses capacités de personnalisation avancées. En tant que société sportive internationale, Intersport souhaitait un partenaire capable de suivre sa position d'entreprise de premier plan. Non seulement les solutions d'Insider offraient cette possibilité, mais comme tout était regroupé sur une seule plateforme, Intersport a pu s'affranchir des silos de données et des solutions à points multiples pour stimuler la productivité et l'efficacité.

CAS D'USAGE #1

Personnaliser l'expérience client avec des recommandations produits pertinentes



Le challenge

Les produits d'Intersport sont fortement influencés par la saisonnalité. Avec des milliers d'articles dans son catalogue, l'enseigne souhaitait intégrer cette saisonnalité pour améliorer la pertinence de ses recommandations et offres. Cependant, les recommandations n'étaient pas adaptées aux besoins actuels – par exemple, proposer des vestes de pluie et des chaussures de course en plein été n'aidait pas à stimuler les ventes.

La solution

L'équipe Insider a recommandé l'utilisation de la suite Web pour créer des expériences en ligne uniques pour chaque visiteur, basées sur des déclencheurs et attributs spécifiques de la Customer Data Platform (CDP) d'Insider. Intersport a activé le ciblage météo, lançant des pop-ups et bannières promotionnelles en fonction du climat local des visiteurs.

En cas de temps humide et froid, la page d'accueil affichait des offres sur des vestes de pluie ; par temps chaud, des bannières promouvaient des chaussures de course et des vêtements légers. Cette personnalisation saisonnière a augmenté l'AOV de 4 %.

Résultats

4%

d'augmentation
de l'AOV



La campagne a été entièrement automatisée, avec des bannières météo déclenchées dynamiquement. Nous avons pu concentrer nos efforts sur d'autres initiatives marketing, sachant que la plateforme Insider gérait la personnalisation en fonction des conditions météo pour nous."

Omnichannel Director chez Intersport Poland



CAS D'USAGE #2

Réduire l'écart entre le offline et le online avec les modèles de lead generation d'Insider

Le challenge

Intersport cherchait à augmenter le nombre d'inscriptions à sa newsletter pour tenir ses clients informés des derniers produits et campagnes. La plupart des clients en magasin ne faisaient qu'un passage rapide, sans être convertis en utilisateurs digitaux. Amener ces clients sur le digital permettrait d'augmenter les points de contact et la visibilité de la marque. L'équipe s'est donc tournée vers Insider pour des suggestions sur la capture des visiteurs en magasin.

La solution

Insider a proposé une approche offline-to-online avec des QR codes en magasin, permettant aux clients de s'inscrire à la newsletter en échange d'une réduction de 5 %. Des affichages dans les magasins invitaient les clients à scanner le code QR, recueillant ainsi leurs informations via le modèle de lead generation d'Insider. Cette stratégie a été un succès, générant 5 300 nouveaux prospects et inscriptions à la newsletter. Intersport a ensuite pu engager ces clients avec des offres ciblées et des promotions directement via des points de contact digitaux.



En collaboration avec Insider, nous avons conçu une stratégie de lead generation qui fusionne les mondes offline et online, générant plus de 5 300 nouveaux clients potentiels."

Omnichannel Director chez Intersport Poland



Résultats

5,300

nouveaux leads collectés



En résumé

"Insider nous a permis de répondre à tous nos besoins en matière de marketing digital et d'e-commerce, tout en facilitant la communication et l'amélioration de nos indicateurs clés. Nous avons tout en un seul endroit, ce qui rend la création et le lancement des campagnes rapide et sans support IT."

— Omnichannel Director chez Intersport Poland

Perspectives d'avenir

Intersport prévoit d'intégrer d'autres solutions Insider dans ses stratégies marketing, dont WhatsApp Commerce. WhatsApp Commerce est une solution de messagerie bidirectionnelle qui favorise la découverte produit et offre une expérience d'achat de bout en bout. Intersport vise à tirer parti de cette solution pour augmenter les conversions et faciliter la recherche de produits complémentaires et pertinents pour ses clients.



Fonctionnalité préférée

Customer Data Platform

La fonctionnalité préférée d'Intersport est la CDP d'Insider, qui unifie les données clients et fournit des profils complets à 360 degrés. Cette CDP permet une personnalisation avancée, comme dans les promotions contextuelles et météo d'Intersport.

A propos d'Insider

Insider— une plateforme unique pour construire des expériences personnalisées et 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](#), et [IDC MarketScape: Worldwide Customer Data Platforms Focused on Front-Office Users 2021-22 Vendor Assessment](#).

SAMSUNG

GAP

Virgin

TOYOTA

MAC

L'ORÉAL

CNN

Santander

Demandez une démo

useinsider.com | info@useinsider.com