

SUCCESS STORY

Comment Samsung a augmenté de 275 % ses conversions en 20 jours grâce à la plateforme marketing end-to-end d'Insider

Personnalisation

Web Push

Web Suite



275% CVR pour la campagne de lancement Galaxy Note

24% de conversions supplémentaires grâce aux notifications Web Push

9% des ventes totales du Galaxy Note sur 20 jours



Insider nous a permis de proposer des expériences digitales très personnalisées pour obtenir des taux de conversion nettement plus élevés. »

SAMSUNG Chief Marketing Officer

Sommaire exécutif

Même pour une marque leader comme Samsung, rester compétitif est essentiel, surtout pour un lancement phare comme celui du Galaxy Note. L'équipe Samsung a collaboré avec Insider pour proposer une expérience omnicanale dynamique et personnalisée, qui a su capter l'intérêt des consommateurs et susciter l'enthousiasme autour du produit. Le résultat : une augmentation de 275 % des conversions.

A propos de Samsung

Samsung est une entreprise mondiale d'électroménager et d'électronique grand public dont le siège se trouve en Corée du Sud. Fondée en 1969, l'entreprise est depuis 2011 le plus grand fabricant mondial de téléphones mobiles et de smartphones. Avec environ 290 000 employés dans le monde, l'entreprise possède aujourd'hui des usines d'assemblage et des réseaux de vente dans 74 pays.

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

SAMSUNG

GAP

L'ORÉAL

Santander

Virgin

TOYOTA

MAC

[Demander une demo](#)

Pourquoi Insider?

Samsung souhaitait une solution marketing pour soutenir sa réputation de marque innovante et avant-gardiste en offrant une expérience client à la fois cohérente et dynamique. Au moment de choisir le fournisseur avec lequel elle allait s'associer pour promouvoir le lancement de son dernier modèle Galaxy Note, Samsung a été attirée par la capacité d'Insider à lancer des expériences client hyper-personnalisées sur plusieurs canaux.

CAS D'USAGE #1

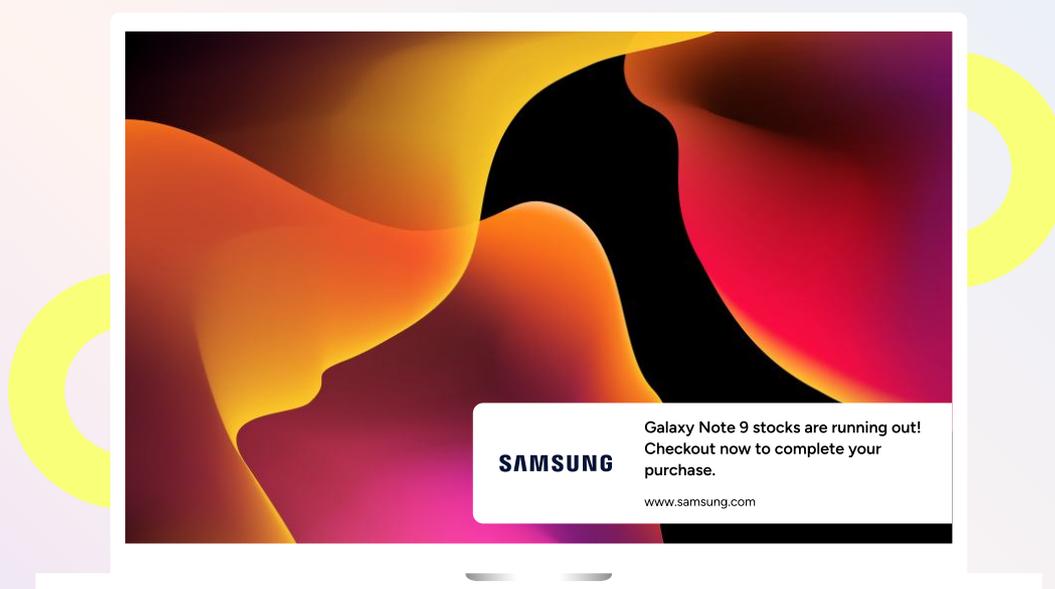
Augmentation de 24 % des conversions grâce aux notifications Web Push de récupération de panier

Le challenge

Lors du lancement du Galaxy Note, Samsung voulait convertir l'engouement en ventes effectives. L'objectif était de sensibiliser les consommateurs, d'attirer du trafic vers le site et de maximiser les conversions.

La solution

Insider a proposé une stratégie de messagerie omnicanale basée sur les données, visant les utilisateurs intéressés par des appareils concurrents et les redirigeant vers des pages spécifiques au Galaxy Note. Avec l'outil Architect d'Insider, Samsung a créé un parcours client omnicanal, diffusé sur 12 canaux pour maximiser l'impact. Pour les clients ayant montré de l'intérêt ou ayant ajouté l'appareil à leur panier, Samsung a utilisé des notifications Web Push ciblées pour les inciter à finaliser leur achat.



Résultats

14%

d'augmentation
du CTR

24%

d'augmentation
du CVR

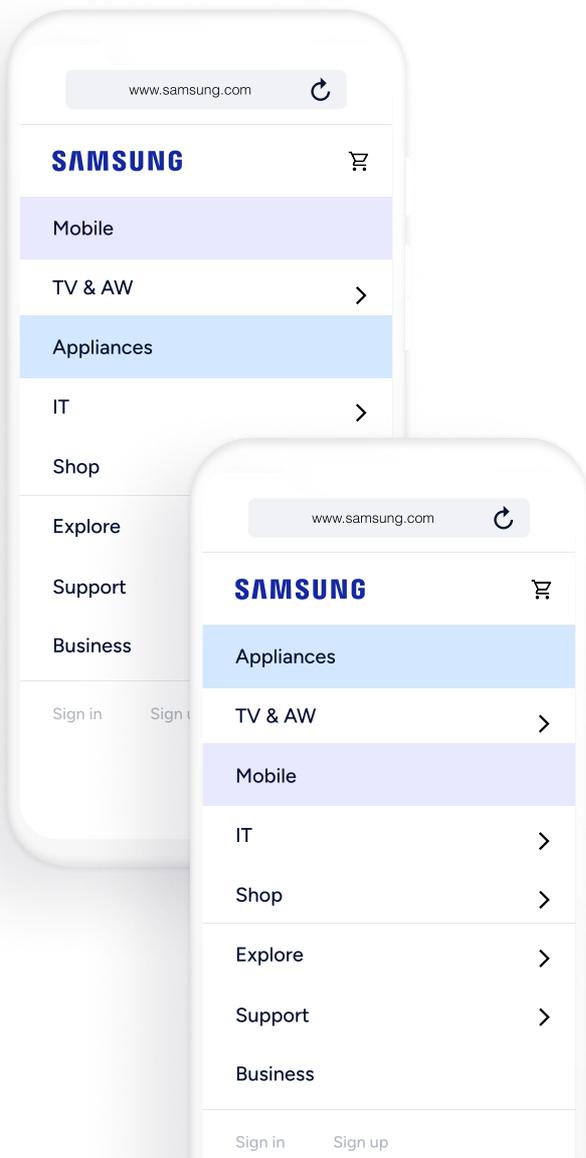
275%

d'augmentation
globale des conversions

Augmentation de 10 % des conversions mobiles grâce à des expériences de recherche personnalisées

Le challenge

Avec le lancement du Galaxy Note, Samsung a observé une baisse des conversions sur ses pages produit. Avec une large gamme de produits, l'objectif était de faciliter la recherche pour réduire les taux de rebond et stimuler les conversions.



La solution

Insider a proposé deux solutions basées sur la plateforme de données clients d'Insider qui permettraient à Samsung de personnaliser l'expérience sur site en fonction du comportement antérieur de chaque visiteur sur le site : Web Overlays et Category Optimizer.

Category Optimizer permet d'encourager la découverte produitset de réduire le nombre de clics avant l'achat. Cette fonction utilise le CDP d'Insider pour optimiser automatiquement la présentation de la navigation mobile pour chaque visiteur, en fonction de la catégorie sur laquelle il a cliqué le plus récemment. Chaque visiteur a reçu une vue personnalisée des produits et des catégories en fonction de ses préférences. Grâce à des expériences plus pertinentes, Samsung a augmenté les conversions de 10 % sur son site web mobile.

La plateforme de données clients d'Insider unifie les données en un seul endroit, ce qui permet à l'entreprise d'utiliser les comportements et les besoins des clients pour informer les campagnes. Insider a suggéré une superposition Web pour cibler tous les visiteurs qui avaient déjà visité la page produit ou le microsite du Galaxy Note, ou qui avaient cliqué sur des liens provenant des campagnes d'e-mailing du Galaxy Note. En fonction de leurs intérêts antérieurs, ces visiteurs se sont vus proposer une promotion par superposition de pages Web, pour des articles gratuits ou groupés lors de l'achat d'un Galaxy Note par l'intermédiaire de la superposition.

Résultats

10%

d'augmentation du taux de conversion pour le Galaxy Note via Category Optimizer

9%

des ventes totales du Galaxy Note via Web overlays

275%

d'augmentation globale des conversions



En résumé

« Insider a travaillé étroitement avec nous pour concevoir une stratégie omnicanale lors du lancement du Galaxy Note. Grâce à cette stratégie, nous avons atteint une augmentation de 275 % des conversions en seulement 20 jours. »

Chief Marketing Officer

SAMSUNG

Perspectives d'avenir

Samsung cherche maintenant à étendre ses fonctions de personnalisation pour intégrer l'outil de recherche de site d'Insider, Eureka. Eureka utilise les données des clients pour recommander de manière proactive des produits en fonction de leur historique de navigation, de leurs préférences ou des tendances du marché. La marque mondiale souhaite utiliser Eureka pour réduire le parcours d'achat des clients et accroître la découverte de sa vaste gamme de produits.



Fonctionnalité préférée Web Overlays

Samsung envisage maintenant d'étendre sa personnalisation en intégrant Eureka, l'outil de recherche d'Insider. En analysant les données de navigation et les préférences des clients, Eureka proposera des produits adaptés aux utilisateurs. L'objectif est de réduire le parcours d'achat et de faciliter la découverte de nouveaux produits.

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