

SUCCESS STORY

Marks & Spencer récupère 15,1% des paniers grâce aux notifications Web Push d'Insider

- Web Push
- Cart Recovery
- Personnalisation



15.1% récupération de paniers abandonnés via Web Push

20% augmentation des abonnés Web Push via Opt-In Overlay



Travailler avec Insider a été une très bonne expérience. L'équipe CSM est vraiment proactive et le canal Web Push d'Insider complète notre stack technologique existant, offrant un moyen nouveau et efficace de communiquer avec nos clients. La mise en œuvre est simple, il suffit d'ajouter un tag sur votre site pour être opérationnel.

Senior CRM, Loyalty and Channel Innovation Manager



EST. 1884

Sommaire exécutif

M&S s'est associé à Insider pour trouver des solutions innovantes afin d'augmenter la portée et l'engagement des clients en dehors des canaux traditionnels tels que l'email et le courrier direct. Les capacités de la Web Suite et de Web Push d'Insider ont permis à M&S d'élargir leur audience commercialisable et de s'assurer qu'ils pouvaient envoyer le bon message, au bon client, au bon moment.

A propos de Marks & Spencer

Fondée en 1884, Marks & Spencer (également connue sous le nom de "M&S") est une marque de retail britannique, reconnue pour ses produits de haute qualité et son excellent service client. M&S vend des vêtements, des produits pour la maison et des produits alimentaires. Elle exploite plus de 950 magasins dans 62 pays et emploie environ 70 000 personnes dans le monde entier.

Pourquoi Insider

M&S étant l'une des marques les plus appréciées du Royaume-Uni, il n'est pas surprenant qu'elle dispose déjà d'une importante base de données d'opt-in email. Cependant, l'engagement par email stagnant, ce retailer souhaitait trouver de nouveaux moyens de développer et d'engager sa base de clients. M&S a choisi Insider pour son expertise sur les canaux mobiles et émergents. La fonctionnalité Web Push d'Insider a offert à M&S un tout nouveau canal de communication pour se connecter avec les clients dans les moments qui comptent.

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

SAMSUNG

GAP

L'ORÉAL

Santander

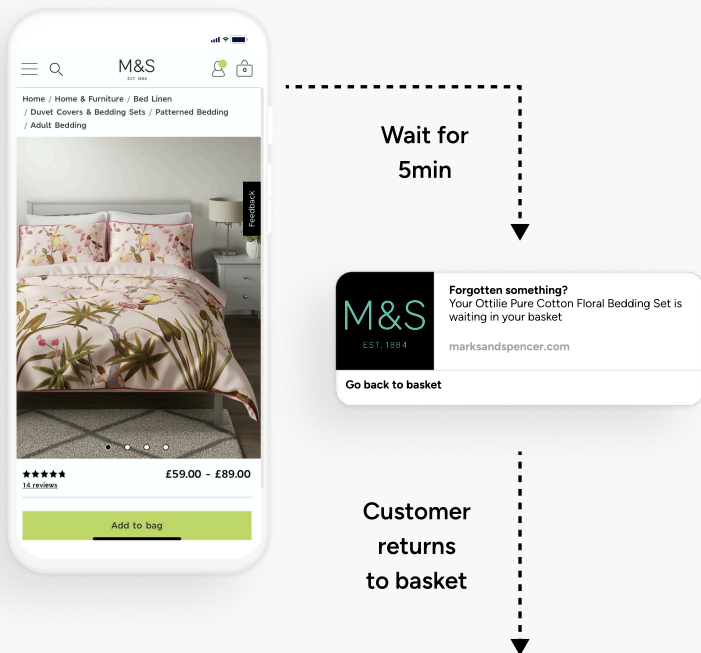
Virgin

TOYOTA

MAC

[Demandez une démo](#)

Atteindre un taux de récupération de panier de 15.1% avec des notifications Web Push ciblées

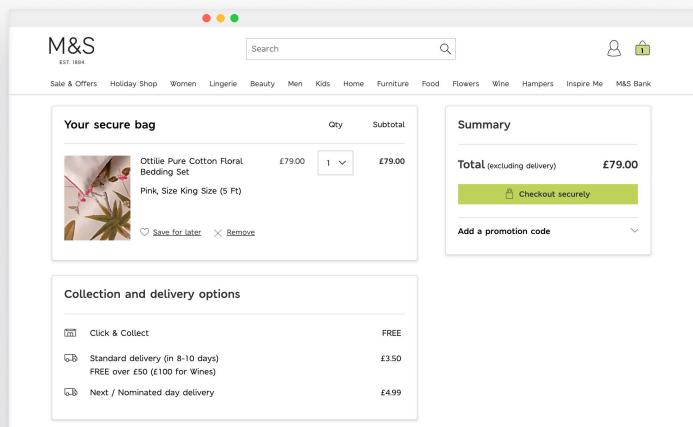


Le challenge

Le taux moyen d'abandon de panier en e-commerce varie entre 57 % et 76 %, ce qui représente un énorme potentiel pour les marques de récupérer des revenus perdus grâce aux campagnes de récupération de panier. M&S recherchait une plateforme capable de ramener les abandonneurs de panier sur le site pour finaliser leur achat.

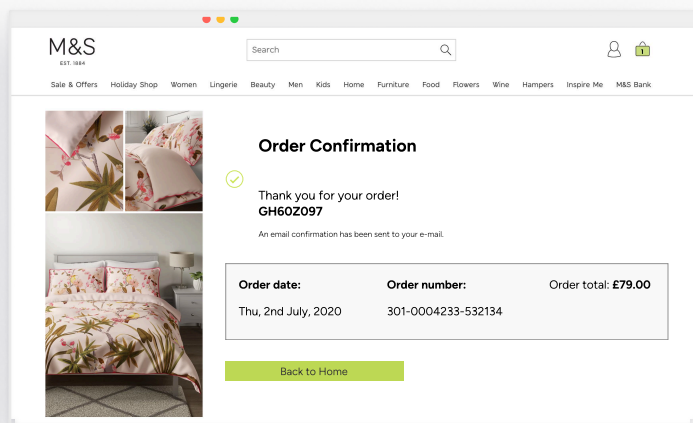
La solution

Les experts en croissance d'Insider ont aidé M&S à lancer leurs premières campagnes de récupération de panier pour rappeler aux visiteurs les articles laissés dans leur panier et les inciter à revenir pour compléter leur achat.



Customer completes purchase

15.1%
Cart Recovery Rate



Résultats

15.1%

récupération des paniers abandonnés

353X

taux de récupération de panier supérieur à la moyenne du secteur

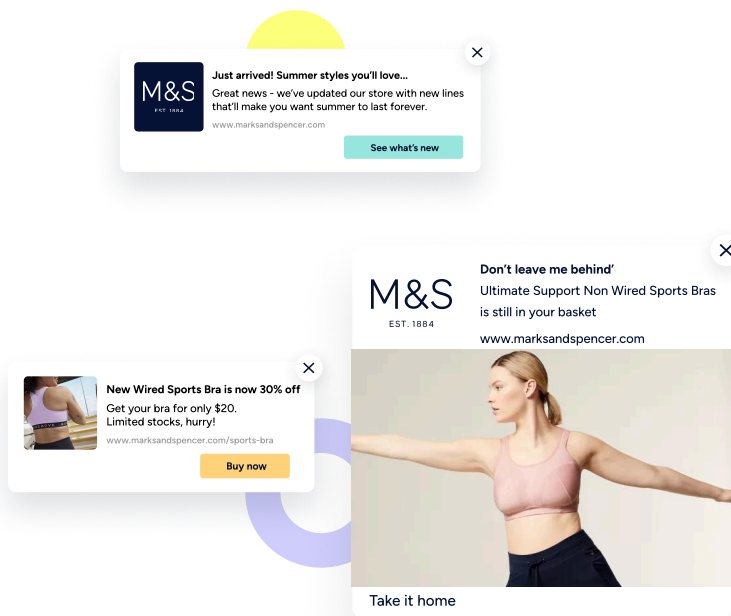
+1,200 marques dans le monde font déjà confiance à Insider

[Demandez une démo](#)

Augmenter les revenus en combinant la segmentation pilotée par IA avec des promotions pertinentes et opportunes

Le challenge

M&S cherchait des moyens d'augmenter les taux de conversion et les revenus en créant des expériences en ligne pertinentes, individualisées et opportunes pour chaque client.



La solution

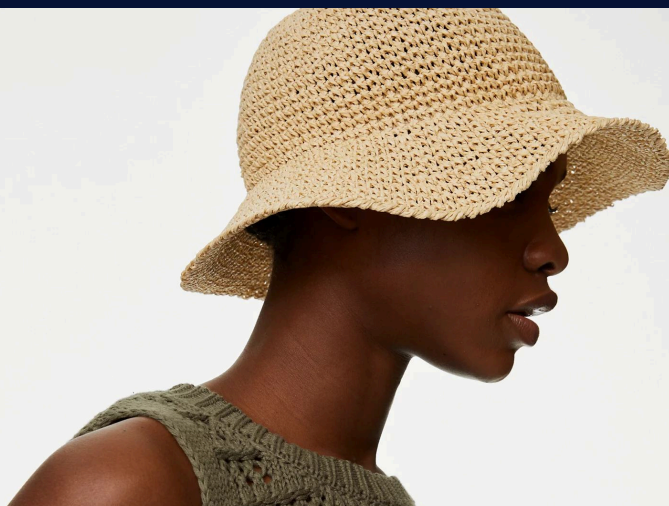
Grâce à la Customer Data Platform (CDP) d'Insider, M&S a pu suivre les catégories et collections que les visiteurs avaient récemment consultées sans effectuer d'achat, puis les inciter à revenir avec des promotions pertinentes et opportunes.

M&S a combiné le canal de messagerie Web Push d'Insider avec une segmentation puissante pilotée par IA pour promouvoir des campagnes personnalisées "toujours actives" auprès de chaque client, comme les offres 3-pour-2 sur les sous-vêtements pour femmes. Ces campagnes ciblées ont réengagé les non-convertisseurs avec des promotions opportunes et pertinentes pour les encourager à effectuer un achat.

Résultats

Taux de conversion
plus élevé

Augmentation
des revenus



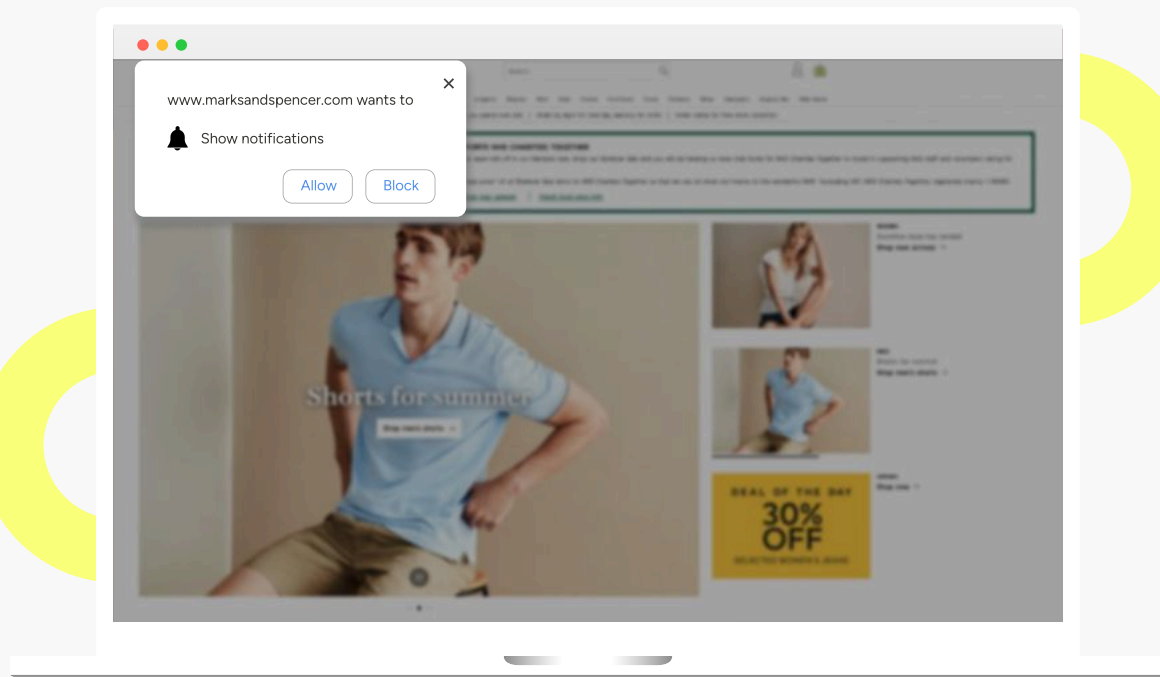
Augmenter les abonnés de **20%** avec une approche d'opt-in natif

Le challenge

Avec Insider, ils ont créé un opt-in natif pour Web Push, permettant aux clients de s'abonner aux notifications en une seule étape. Cela a éliminé les frictions dans le parcours client et a permis de garantir que davantage d'utilisateurs s'abonnent pour recevoir des recommandations et rappels pertinents et personnalisés.

La solution

Avec Insider, ils ont créé un opt-in natif pour Web Push, permettant aux clients de s'abonner aux notifications en une seule étape. Cela a éliminé les frictions dans le parcours client et a permis de garantir que davantage d'utilisateurs s'abonnent pour recevoir des recommandations et rappels pertinents et personnalisés.



Résultats

20%

augmentation des abonnés Web Push
via Opt-In Overlay



En résumé

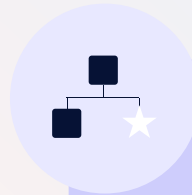
Travailler avec Insider a été un processus très positif. L'équipe de gestion de compte est toujours très proactive et le canal Web Push d'Insider complète notre stack technologique existante, offrant un moyen nouveau et efficace de communiquer avec nos clients. La mise en œuvre est simple : il suffit d'ajouter une balise sur votre site pour être opérationnel."

Senior CRM and Loyalty and Channel Innovation Manager

M&S
EST. 1884

Perspectives

M&S prévoit d'utiliser Architect, le constructeur de parcours client d'Insider alimenté par IA, pour créer des parcours d'achat personnalisés à grande échelle. Basé sur le comportement sur site ou des segments prédictifs tels que "affinité aux promotions" ou "probabilité d'achat/de désabonnement", Architect déclenche des parcours personnalisés multicanaux visant à...



Fonctionnalité préférée
Notifications Web Push

M&S a trouvé que les notifications Web Push d'Insider étaient très efficaces pour réduire la perte de revenus et atteindre un taux de conversion plus élevé par rapport aux campagnes d'abandon d'email. Elles sont perçues comme un ajout précieux à leur stratégie email existante, offrant un canal de communication plus direct et immédiat pour une meilleure réactivité.

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 des 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