

BrandAlley

BrandAlley réinvente sa relation client avec la solution Adobe Campaign

BrandAlley

Besoins métier

- Centraliser les données client au sein d'une base de données marketing
- Enrichir la connaissance client
- Exécuter des campagnes email très ciblées et personnalisées

Résultats

- Implémentation rapide de la solution
- Vision consolidée de la communication client
- Gains de productivité grâce à l'automatisation des campagnes (newsletter, annonce vente privée, relance sur abandon de panier...)
- Augmentation des taux d'ouverture et de clics des emails
- Augmentation des ventes

Objectifs

- Optimiser l'expérience client à travers des campagnes personnalisées en 1to1
- Automatiser les process pour gagner en productivité
- Améliorer le suivi du ROI généré par les activités marketing

Solution

Adobe Campaign

« La solution Adobe Campaign nous a permis de sortir du canon à e-mail que nous utilisons dans les premiers temps. Nous avons pu rapidement la mettre en place et surtout la faire évoluer facilement en fonction de nos besoins... »

Sébastien Robles, Directeur Marketing de BrandAlley

Dans le but d'accompagner la forte croissance de la marque, BrandAlley a sélectionné en 2008 la solution Adobe Campaign afin d'exécuter des campagnes marketing pertinentes via des emails personnalisés.

BrandAlley est le numéro 1 des grands magasins en ligne français grâce à son concept unique alliant collections actuelles, ventes privées quotidiennes et collections des saisons précédentes à prix remisés. BrandAlley propose ainsi 4 à 5 ventes privées par jour sur son site marchand <http://www.BrandAlley.fr> mais également un catalogue permanent centré sur la mode homme, femme, enfant et l'art de vivre. 25ème site marchand français tous secteurs confondus, BrandAlley accueille plus de 3 millions de visiteurs par mois. Depuis 2010, BrandAlley propose également des collections vendues en boutique.

Dans le but d'accompagner le développement de la marque, BrandAlley a sélectionné en 2008 la solution Adobe Campaign. A l'époque, les équipes de BrandAlley avaient lancé un appel d'offres afin de remplacer leur simple solution de routage d'emails par une solution de gestion de campagnes marketing innovante et évolutive. Ce changement de solution était guidé par la volonté d'optimiser l'expérience client à travers des campagnes emails personnalisées en 1to1, d'automatiser les process pour gagner en productivité et d'améliorer le suivi du ROI généré par les activités marketing.

Une solution flexible pour accompagner la croissance de l'entreprise

Face à une croissance forte, le choix de BrandAlley s'est orienté vers une solution flexible, capable de répondre à leurs problématiques marketing actuelles mais surtout futures !

« La solution Adobe Campaign nous a permis de sortir du canon à email que nous utilisons dans les premiers temps. Nous avons pu rapidement la mettre en place et surtout la faire évoluer facilement en fonction de nos besoins... » déclare Sébastien Robles, Directeur Marketing de BrandAlley.

Des campagnes d'acquisition aux campagnes événementielles, l'ensemble des messages marketing BrandAlley sont aujourd'hui gérés efficacement au sein d'Adobe Campaign via des emails et des notifications push.

Une prise en main rapide de la solution

L'implémentation qui n'a duré que 3 mois et la prise en main rapide de la solution par les équipes marketing et informatique ont fortement contribué au succès du projet. Très tôt, BrandAlley a internalisé la solution Adobe Campaign dans son système d'information, permettant ainsi au service informatique d'être impliqué dans ce projet clé pour l'entreprise. Actuellement, 5 personnes du service marketing et 3 personnes du service informatique utilisent la solution au quotidien.

Un marketing relationnel performant

Une vision client consolidée

Grâce à la mise en place de la solution Adobe Campaign, le marketing relationnel de BrandAlley repose désormais sur une base de données marketing centralisant l'ensemble des données clients. Au total, ce sont près de 15 millions de profils hautement qualifiés qui sont enregistrés dans cette base.

« Intégrer la solution Adobe Campaign nous a permis de procéder à un nettoyage de la base de données et à un enrichissement de la connaissance client » explique Sébastien Robles, Directeur Marketing de BrandAlley.

Des ciblage fins et des campagnes hautement personnalisées

Les campagnes personnalisées de BrandAlley visent à créer un engagement plus fort entre la marque et ses clients adeptes de ventes privées. Il s'agit par exemple de tenir compte de leurs historiques d'achats et de leurs profils pour leur proposer des offres correspondant parfaitement à leurs centres d'intérêts et ainsi favoriser les ventes.

« La mise en place d'une segmentation très fine et le push d'offres personnalisées en fonction d'un profil donné nous a permis d'optimiser nos campagnes et d'améliorer notre expérience client » précise Sébastien Robles, Directeur Marketing de BrandAlley.

La création de parcours automatisés

Le marketing relationnel de BrandAlley est aujourd'hui optimisé grâce à l'automatisation des campagnes à travers une interface graphique simple et intuitive. Les campagnes récurrentes comme les newsletters ou les annonces autour des catalogues permanents, les campagnes événementielles comme les

« Intégrer la solution Adobe Campaign nous a permis de procéder à un nettoyage de la base de données et à un enrichissement de la connaissance client. »

Sébastien Robles, Directeur Marketing de BrandAlley

campagnes anniversaires, les relances sur abandon de panier ou bien encore les campagnes promotionnelles sont parfaitement automatisées afin de gagner en productivité. Au total, ce sont près de 10 campagnes qui sont automatisées chaque semaine.

Des bénéfices significatifs

Des équipes autonomes et expertes de la solution

Les équipes BrandAlley ont rapidement compris les possibilités offertes par la solution et les 8 personnes utilisatrices se sont rapidement approprié l'outil :

« L'équipe informatique est devenue experte de la solution et des sujets qui lui sont associés, comme la gestion de la délivrabilité. L'équipe marketing a quant à elle construit un véritable pôle de compétences afin de gagner en réactivité et en autonomie dans la réalisation des campagnes. Plus globalement, le projet Adobe Campaign a tout simplement été très fédérateur pour notre entreprise » déclare Sébastien Robles, Directeur Marketing de BrandAlley

Une productivité en hausse

BrandAlley a pu constater un gain majeur en termes de productivité. L'automatisation des process a en effet abouti à une réduction du temps nécessaire à l'orchestration d'une campagne et a par conséquent permis une augmentation du nombre de campagnes générées. Au total, ce sont plusieurs centaines de millions de messages personnalisés qui sont envoyés chaque année.

Des campagnes plus efficaces

La personnalisation des messages et les segmentations fines ont permis d'augmenter significativement les performances des campagnes marketing. Les taux d'ouvertures et de clics des emails ont par exemple fortement augmenté. Incidence directe, la satisfaction client s'est également améliorée. La stratégie de marketing relationnel basée sur la personnalisation one-to-one des messages semble ainsi avoir fait ses preuves !

Des ventes qui ont le vent en poupe

L'amélioration de la connaissance client et l'exécution de messages adaptés à chaque profil client a contribué significativement à l'augmentation des ventes.

« Au-delà de l'optimisation de notre ciblage, Adobe Campaign nous a permis de mieux connaître nos clients et de personnaliser chacune de nos communications, chose que nous n'étions pas en mesure de faire auparavant. Nous avons ainsi pu constater de meilleurs retours sur nos campagnes et une augmentation évidente de notre CA généré par email » se réjouit Sébastien Robles, Directeur Marketing de BrandAlley.

Très flexible, Adobe Campaign a su couvrir les besoins de BrandAlley au fur et à mesure de l'évolution de la société et ce n'est pas fini ! De nouveaux projets sont en effet déjà planifiés !

Un futur qui se conjugue au présent

BrandAlley compte appliquer au canal mobile la même qualité de marketing relationnel qu'elle met en œuvre pour le canal email.

« Les Smartphones ont vite été adoptés par nos clients, c'est donc maintenant à nous d'adapter nos communications au mobile. Cette adaptation passe avant tout par notre capacité à proposer la même qualité de service sur les mobiles que sur les ordinateurs. A terme, nous souhaitons pouvoir notamment développer notre présence sur ce canal à travers des campagnes d'alerte par SMS. Nous voulons également procéder à la personnalisation des messages en mode push sur notre application mobile » conclut Sébastien Robles.

Pour plus d'information :
www.adobe.com/marketingcloud



Neolane SA, an Adobe company
18 rue Roger Simon Barboux
94110 Arcueil
France
www.adobe.com

Adobe Campaign, formerly Neolane

© 2014 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Printed in the USA.

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.