

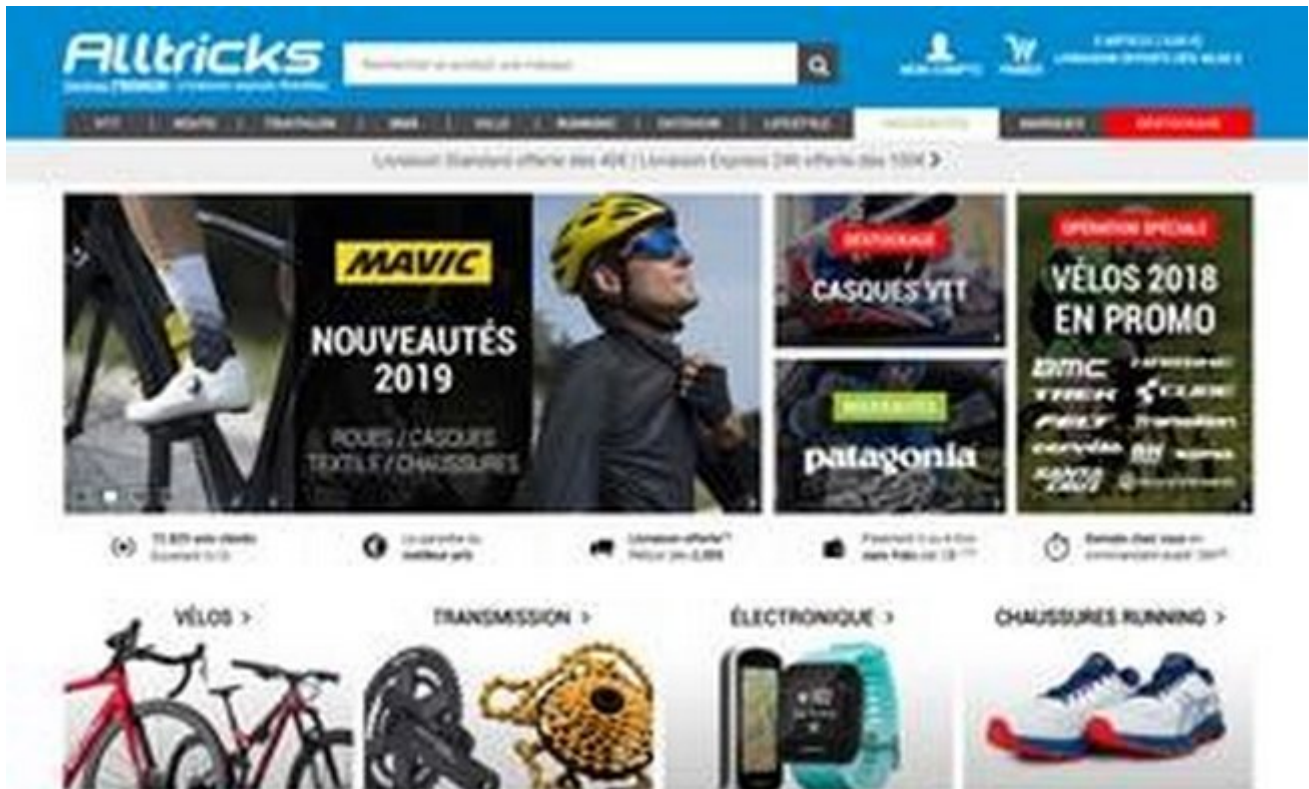


Alltricks, leader de la vente en ligne de vélos, améliore son ROI grâce au marketing automation

Alltricks, leader de la vente en ligne de vélos, running et outdoors, a fait le choix d'Emarsys, éditeur indépendant de marketing cloud SaaS, pour améliorer son ROI grâce au marketing automation...



Depuis sa création il y a 10 ans, la start-up française a réussi à fidéliser 74% de sa clientèle parmi lesquels 95% sont en France et 5% en Italie, en Espagne ou en Belgique.



Aujourd'hui, avec 2 millions de visiteurs chaque mois, le site Alltricks a réussi à réunir une communauté de 700 000 clients et son chiffre d'affaires a atteint les 56 millions d'euros. Lorsque la start-up a choisi la solution Emarsys les enjeux étaient l'acquisition de clients, l'activation de prospects et le renforcement des mécaniques de fidélisation afin de maintenir le lead dans le secteur. Emarsys a donc été choisi pour son efficacité dans la personnalisation des messages sur différents canaux.

La personnalisation est une étape clé pour s'assurer un parcours client sans faille et l'automatisation de cette personnalisation était la solution la plus appropriée pour Alltricks. Les spécialistes de la vente de vélos et d'accessoires en ligne ont donc fait le choix de revoir leurs contenus et de l'adapter pour se concentrer sur ce que le client veut réellement.

Etant donné que les pièces détachées représentent 60% de son chiffre d'affaire, la start-up a dans un premier temps décidé de mettre en place l'automatisation de ses campagnes de réassort. L'objectif de cette proposition était de réengager

les acheteurs en anticipant leurs achats.

Sachant qu'une chaîne de vélo se casse en moyenne tous les 10 mois, la réponse adoptée a été d'envoyer à des périodes précises des astuces pour mieux prendre soin de son vélo comme la façon de reconnaître que sa chaîne est usée. La solution Emarsys a permis à Alltricks d'automatiser la création et l'envoi de ces emails. Les clients reçoivent également régulièrement du contenu vers des tutoriels.

Aujourd'hui le site Alltricks rassemble une très forte communauté d'utilisateurs et incite donc ses clients à profiter de cette communauté, stratégie qui lui permet d'accélérer le processus de fidélisation de sa clientèle.

Depuis 2015, Alltricks possède deux points de vente physiques ; un en région parisienne et un près de Marseille. Pour faire un « Drive to Store », le leader de la vente en ligne de vélos a donc encore une fois fait appel à la solution d'Emarsys avec un outil de géolocalisation et d'optimisation des campagnes d'emailings. Ce nouveau départ a été bénéfique pour la start-up française qui a vu se renforcer sa rentabilité. Le système de géolocalisation a permis un ciblage précis des visiteurs et des habitants de la zone où se situent les magasins Alltricks.

Emarsys : un partenaire efficace, des résultats immédiats

Le résultat est sans appel : développement de leur trafic en magasin, augmentation de la notoriété de la marque et doublement du reach. Par la suite le rythme de la période de la campagne s'est amélioré avec un meilleur taux d'ouverture des emails. Emarsys a su créer une campagne marketing mieux ciblée et ainsi permettre à Alltricks de gagner en efficacité en utilisant les données récoltées.

L'optimisation des emailings a permis l'hyperpersonnalisation des campagnes par géolocalisation, mais surtout l'augmentation du taux de conversion.

Emarsys a également mis en place des tests A/B pour pouvoir activer l'outil Send Time Optimization. Cette solution a

permis à Alltricks d'optimiser l'heure d'envoi des messages envoyés aux clients. Ainsi à partir de la date de début de la campagne chaque client recevait les emails d'Alltricks à un horaire personnalisé. Tous les emails étaient customisés grâce à l'intelligence artificielle qui avait analysé le comportement des clients, pendant la période de test, identifié les moments où ils sont le plus réactifs et enregistré l'heure de prédilection d'ouverture des emails pour chaque destinataire. Le système Emarsys a donc permis d'affiner la campagne.

En un an, Alltricks compte 2,5 emails envoyés à toute sa base, 2 points d'ouvertures gagnés sur toutes les campagnes, et le maintien de son taux de créativité.

Un solide retour sur investissement

Grâce à la solution Emarsys, les bénéficiaires ont été multiples. Alltricks compte tout d'abord une grande amélioration de la rétention client avec 74% de repeat business. Ensuite, il a pu constater une augmentation du revenu par contact mais aussi une augmentation de la fréquentation du site et du chiffre d'affaire dans les points de vente physiques. Pour finir la start-up a observé une amélioration de la performance de ses emails.

En interne, suite à la mise en place de ce partenariat avec Emarsys, tout le monde a pu constater un gain de temps pour les équipes d'Alltricks et une performance plus importante des dispositifs.

A ce jour 10 campagnes d'emails ont été automatisées et, grâce à la solution Emarsys, Alltricks, qui compte beaucoup sur ses ambassadeurs, recrute 1,5 fois plus qu'auparavant.

Son prochain défi sera de féminiser sa cible afin de passer d'une communauté d'acheteurs majoritairement masculine, avec 86% d'hommes, à une communauté beaucoup plus équilibrée.

A propos d'Emarsys

Editeur de logiciel SaaS Marketing Digital indépendant,

présent dans 17 pays, Emarsys fournit des données utiles aux entreprises qui ciblent leurs clients en combinant le « machine learning » et la Data Science à des actions réellement personnalisées et multicanal pour mieux toucher les clients tout en maximisant l'engagement et les résultats. Avec plus de 750 collaborateurs répartis dans 17 bureaux à travers le monde, Emarsys est au service de plus de 2200 clients dans 140 pays. Chaque mois, Emarsys envoie plus de sept milliards de messages, permettant à ses clients d'accroître leur chiffre d'affaires et leur retour sur investissement. Pour en apprendre davantage sur les solutions innovantes d'Emarsys, cliquez sur <https://www.emarsys.com/fr/>