

Vente au détail Étude de cas



BIODERMA
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

INSTITUT
ESTHEDERM
PARIS

état pur

info@solutionsmetrix.com
solutionsmetrix.com | 1.888.747.8210



MARKETING PERSONNALISÉ ONE-TO-ONE ET MARKETING DE CROISSANCE POUR AUGMENTER LES VENTES B2B2C ET E-COMMERCE

● À PROPOS DU CLIENT.

NAOS est une entreprise internationale opérant dans le secteur de la vente au détail de cosmétiques et de produits de beauté. C'est une entreprise qui a une mission, inspirée par une utopie humaniste revendiquée. La société abrite la célèbre marque dermatologique Bioderma et la marque professionnelle de luxe Esthederm, ainsi que la marque indépendante personnalisée Etat Pur. Elle est une figure internationale majeure dans le domaine des soins de la peau et est présente dans plus de 130 pays.

● ET LES DIFFICULTÉS RENCONTRÉES PAR L'ENTREPRISE.

NAOS North America est l'entité corporative de deux grandes marques : Bioderma et Esthederm. La filiale canadienne gère le marché nord-américain, c'est-à-dire le Canada et les États-Unis. Chaque marché offre ses propres produits, services et expérience client.

En tant qu'entreprise internationale, il était nécessaire de s'aligner sur les directives internationales, tout en restant fidèle aux besoins nord-américains.

Il y avait également une forte nécessité de se développer numériquement, car le marché de la vente au détail et de la beauté est fortement tributaire du commerce électronique et de la vente au détail électronique.

En 2018, nous avons commencé le projet de transformation numérique et de marketing de croissance avec NAOS, avec le lancement de leur projet Sugar Market.

Avance rapide jusqu'à aujourd'hui, avec leur succès croissant, notre collaboration se poursuit avec le lancement de leur projet Salesforce (Marketing Cloud et Sales Cloud).

Lorsque nous avons lancé le projet, l'objectif principal était de développer leurs données de première main, étant donné que toutes les données relatives aux clients étaient détenues par leurs partenaires détaillants et qu'ils ne pouvaient pas parler directement à leurs clients.

Au fur et à mesure que leur base de données s'est développée, nous avons également constaté la nécessité d'accroître leur communication et leur engagement.

Nous avons également mis en évidence la nécessité de créer des processus internes, afin de rationaliser les activités, de gagner du temps et de mieux communiquer avec leurs clients.

Comme beaucoup de leurs systèmes n'étaient pas intégrés, il était impossible d'avoir une vue d'ensemble de leurs clients, de leurs intérêts et de leurs préférences.

RÉSULTATS ET IMPACT SUR L'ACTIVITÉ

+150%

Dans l'acquisition de prospects
(payant et organique)

MARKETING 1 À 1

Un marketing perspicace en
temps réel pour accroître
l'engagement

MARKETING DE LA CROISSANCE

Axé sur la relation avec le client
et sa fidélité

**Connectez-vous
avec nous**

1-888-747-8210

info@solutionsmetrix.com
solutionsmetrix.com

NAOS.

SOLUTION.

- **Acquisition de prospects** : grâce à plusieurs types d'initiatives d'acquisition pertinentes pour leur marché, nous avons pu générer de nouveaux prospects et développer leur base de données, augmentant ainsi leurs flux de revenus potentiels.
- **Développement de la clientèle** : nous avons automatisé les principales activités d'envoi d'e-mails afin de développer la clientèle existante grâce à des communications opportunes, standardisées et personnalisées.
- **Marketing de croissance** : nous avons conçu et réalisé des expériences A/B pour optimiser et améliorer les résultats des paramètres clés que vous souhaitez pour augmenter l'engagement et l'acquisition.
- **Outils intégrés** : l'intégration de l'analyse du site web et de l'écoute sociale à leur outil de marketing leur a permis de suivre leurs clients à travers de multiples points de contact.
- **Augmentation du réapprovisionnement et de l'AOV** : avec le lancement de leur e-commerce en 2020, nous avons réaligné nos communications en tenant compte du parcours de l'acheteur, afin d'assurer un alignement parfait tout au long des différentes étapes d'achat (sensibilisation, considération, décision et post-achat).
- **Limiter le cloisonnement des équipes** : la croissance de NAOS North America s'est accompagnée de celle de ses équipes internationales, et il est devenu primordial de s'aligner sur elles afin de créer une cohérence entre les marchés et d'augmenter le retour sur investissement.
- **Agilité dans la croissance** : la transformation numérique a démarré en 2018, avec des objectifs d'acquisition très spécifiques, et à mesure que leur croissance numérique se poursuivait, nous avons réaligné et même changé de plateforme pour tenir compte de leur croissance.

CONCLUSION.

Solutions Metrix a appliqué son expertise et, en étroite collaboration avec l'équipe de NAOS, a assuré le succès de cette mise en œuvre de l'automatisation du marketing.

Grâce à ce projet, NAOS a augmenté sa base de données par le biais de nombreuses initiatives, ce qui lui a permis de développer sa communication directe et de mieux comprendre ses consommateurs. Grâce à cette croissance, ils ont pu augmenter la conversion et, en fin de compte, augmenter leurs revenus D2C.

Au fur et à mesure de la croissance de NAOS et de l'évolution de ses objectifs de marketing, notre méthodologie agile nous a permis de réaligner notre mise en œuvre et d'apporter la plus grande valeur ajoutée à l'entreprise.