

[↵] probance

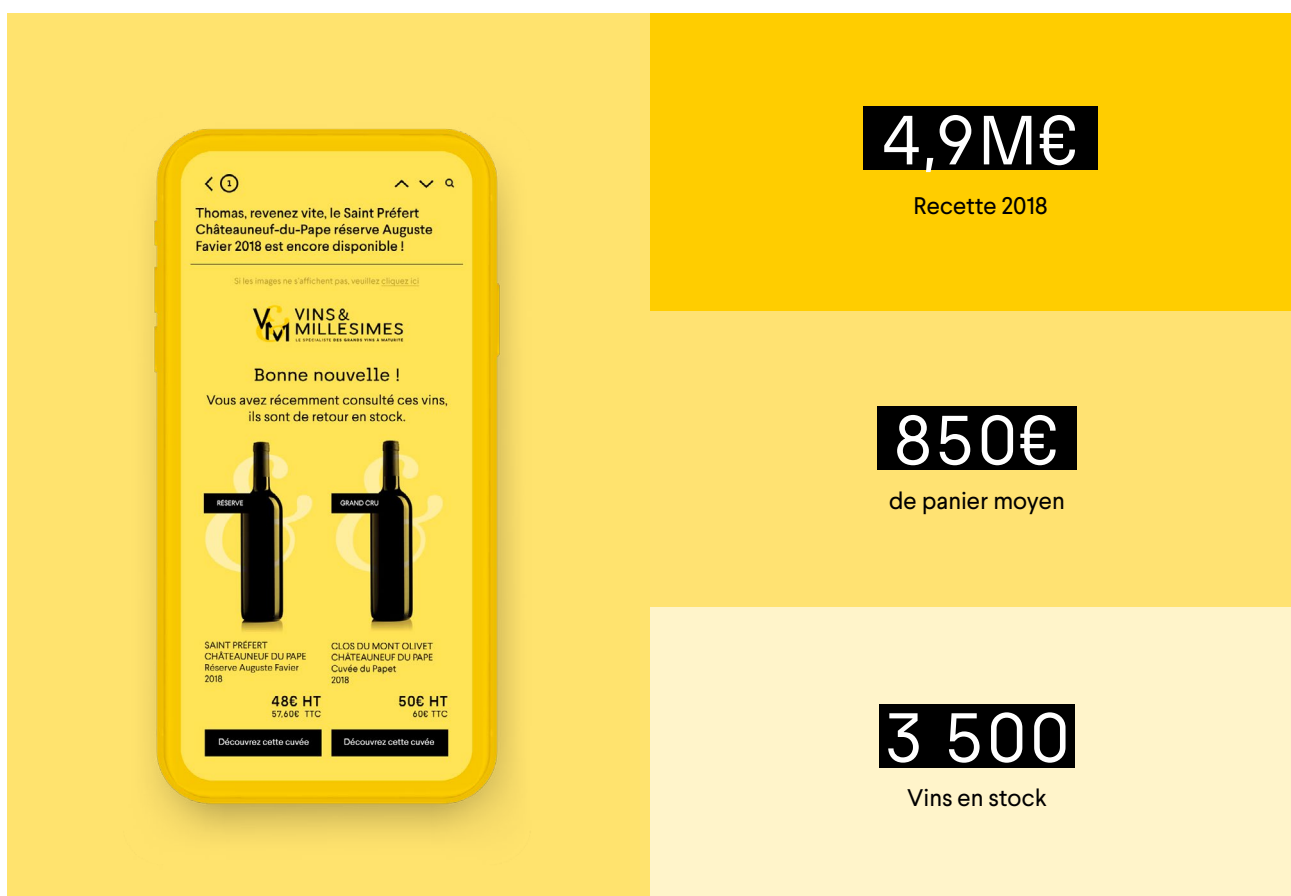
V&M VINS &
MILLESIMÉS
LE SPÉCIALISTE DES GRANDS VINS À MATURETÉ

Le cas Angel Wine



Probance aide Angel Wine à adresser à des œnophiles internationaux des recommandations personnalisées

Angel Wine, qui a fait des crus millésimés sa spécialité, est la maison mère du florissant site marchand vinsetmillisimes.com. Fondée en 2006 par deux passionnés de vins, Didier Frayssou et Nacim Tiliouine, l'entreprise vend de grands vins à tous ceux qui partagent leur passion des bonnes bouteilles. Avec une fourchette de prix s'étendant de 30 € à la très coquette somme de 19 000 € la bouteille, la marque se positionne sur le segment haut de gamme. Bien que l'entreprise ait commencé par cibler les professionnels, les bouleversements conjoncturels de l'année 2020 ont fait décoller les ventes en ligne auprès des particuliers.

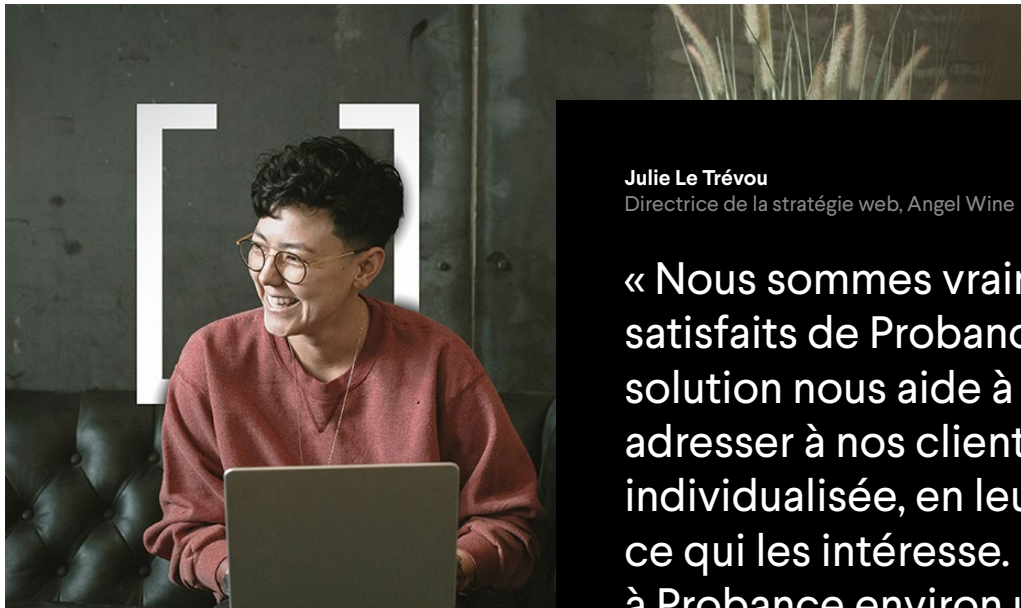


Une activité mondiale, des besoins évolutifs

Angel Wine, qui compte quelque 10 000 contacts dans sa base de données clients, vend de grands vins français partout dans le monde, de Singapour à Londres en passant par Hong Kong et Tokyo. Mais, dans un contexte d'incertitude marqué par des entraves au commerce international et par la pandémie de Covid-19 pesant sur les ventes aux restaurants et aux hôtels, l'entreprise a dû réagir rapidement pour adapter son offre à un nouveau segment de marché en forte croissance : les œnophiles particuliers.

L'entreprise achète directement ses vins dans des domaines viticoles ou dans des ventes privées, où seules de petites quantités sont mises en vente. Il est donc essentiel de pouvoir avertir immédiatement les clients que leur Champagne ou leur Bordeaux favori est disponible.

Qui plus est, les comportements d'achats sont irréguliers et sensibles à la saisonnalité, en fonction de la situation géographique des clients. Les messages doivent donc être soigneusement minutés et adaptables. Par exemple, les clients tendent à passer commande en fin d'année, mais pas en été, car les températures élevées peuvent altérer les propriétés chimiques des grands vins en dépit des efforts déployés par Angel Wine pour les garder intacts.



Julie Le Trévou

Directrice de la stratégie web, Angel Wine

« Nous sommes vraiment satisfaits de Probance. La solution nous aide à nous adresser à nos clients de manière individualisée, en leur parlant de ce qui les intéresse. Nous devons à Probance environ un quart de notre volume d'activité. »

Fatigués de composer avec les plateformes d'e-mailing

Ayant exploité toutes les possibilités de sa précédente solution, une célèbre plateforme d'e-mailing de masse, Angel Wine en avait atteint les limites.

Le vaste catalogue en constante évolution de l'entreprise était trop complexe à gérer pour un simple outil d'e-mailing. Par ailleurs, vendre à l'international exige de communiquer dans différentes langues, avec diverses devises, et de pouvoir afficher les prix TTC comme HT.

« Notre outil d'e-mailing ne pouvait pas nous fournir le degré de personnalisation et de ciblage dans la recommandation que nous voulions », explique Julie Le Trévou, directrice de la stratégie web d'Angel Wine. « Et toutes les campagnes et la segmentation devaient être faites manuellement, ce qui nous prenait énormément de temps. »

Par ailleurs, le précédent outil ne permettait pas d'envoyer d'e-mails invitant à récupérer les paniers abandonnés. Un vrai problème, sachant que les statistiques Prestashop indiquaient des pertes de recettes dues aux paniers abandonnés.

Julie Le Trévou ajoute : « Nous avançons dans le brouillard, sans moyens de suivi, sans résultats mesurables. Nous ne pouvions pas analyser les taux d'ouverture, ou étudier les comportements des clients. »

Des recommandations personnalisées pour étoffer le panier moyen

Angel Wine avait besoin d'une solution marketing véritablement automatisée et personnalisée. Un outil capable d'absorber la complexité de son catalogue de vins, d'afficher les prix TTC et HT, et de s'adapter aux spécificités locales d'une clientèle internationale. L'entreprise avait également besoin de recommandations personnalisées pour promouvoir certains produits en fonction de l'évolution des habitudes d'achat et des préférences de ses clients. Par exemple, un client peut manifester de l'intérêt pour tous les vins rouges, pour les Bordeaux et Côtes-du-rhône uniquement, ou uniquement pour les vins d'un domaine particulier. Les communications devaient alors répondre à ces critères.

Et, compte tenu de la forte saisonnalité de cette activité de niche, il fallait pouvoir développer de vraies relations avec les clients, et construire des liens dans la durée pour les inciter à revenir régulièrement.

Enfin, il était essentiel de gagner en visibilité sur les résultats et le retour sur investissement du marketing.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.

L'IA de Probance et ses analyses de données font de la personnalisation un levier de chiffre d'affaires

Sur la recommandation d'une agence digitale, Angel Wine a découvert Probance : une solution de marketing automatisé dont l'approche ultra-personnalisée permet d'émettre des recommandations véritablement individualisées. C'était aussi l'occasion d'automatiser les e-mailings pour faire gagner aux équipes un temps conséquent.

Probance a alors mis sa puissante IA à l'œuvre pour établir des croisements entre les plus de 3 500 références du catalogue complexe et évolutif d'Angel Wine et les non moins complexes préférences de ses clients. Les scénarios marketing les plus efficaces ? Les newsletters automatisées (à la fréquence renforcée en périodes de pic d'activité), les indispensables relances de paniers abandonnés, les notifications d'arrivages de produits, et les messages de reciblage post visite.

Parce que l'IA de Probance analyse toutes les données, et notamment les comportements de navigation et les habitudes d'achat, les recommandations personnalisées sont désormais pertinentes pour chacun des œnophiles.

Plus pertinentes, ces communications récoltent de meilleurs résultats en termes de taux d'ouverture, de clic, et de conversion. Selon Julie Le Trévou, le taux d'ouverture dépasse la moyenne du marché, et les relances de paniers abandonnés atteignent un taux d'ouverture de 60 %. Tandis qu'un afflux de nouveaux clients potentiels sur le site entraîne des ventes plus importantes et plus fréquentes.

« Les alertes sont idéales pour informer des clients ciblés des nouveaux arrivages et des crus d'exception. Parce qu'ils ne sont vendus qu'en petites quantités, les clients doivent être mis au courant aussitôt que possible de leur disponibilité ». Une attention aux détails qui se traduit par une fidélisation de la clientèle, et par une augmentation du panier moyen.

25 % du volume d'activité généré par les messages automatisés

« Nous avons trouvé la solution vraiment efficace et nous avons apprécié la richesse des fonctionnalités. Par exemple, les informations liées aux produits sont automatiquement affichées dans la devise appropriée, que la TVA soit applicable ou non, et dans la langue du client. » L'IA de Probance offre des recommandations de produits finement personnalisées à chaque consommateur sur la base de ses habitudes d'achat et de la probabilité qu'il passe commande.

Julie le Trévou est également convaincue par l'accompagnement des équipes de Probance : « Ils sont vraiment réactifs. À chaque fois qu'il y a un problème, ils sont là pour nous proposer une solution rapide. »

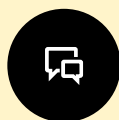
« En somme, nous sommes très satisfaits de Probance, qui nous aide vraiment à nous adresser à nos clients de manière individualisée, en leur parlant de ce qui les intéresse. Rien que les newsletters automatisées et les scénarios marketing génèrent environ un quart de notre volume d'activité. », explique Julie Le Trévou, qui vient de prolonger le contrat avec Probance pour deux années supplémentaires

Les bénéfices pour Angel Wine



Une meilleure personnalisation

L'IA de Probance gère et analyse des données complexes en provenance de différentes sources pour une meilleure personnalisation.



De meilleurs résultats

Des communications pertinentes obtiennent de meilleurs résultats en termes de taux d'ouverture, de clic et de conversion.



Une personnalisation aux spécificités locales

Les prix et descriptifs des produits sont personnalisés pour s'adapter à la devise et à la langue du pays du client.