

[<] probance

V&M VINS & MILLESIMES
LE SPÉCIALISTE DES GRANDS VINS À MATURITÉ

El caso de Angel Wine



Probance ayuda a Angel Wine a enviar recomendaciones personalizadas a los amantes del vino de todo el mundo

Angel Wine, especializada en vinos añejos, es la empresa matriz del floreciente sitio de e-commerce vinsetmillisimes.com. Fundada en 2006 por dos apasionados del vino, Didier Frayssou y Nacim Tiliouine, la empresa se dedica a la venta de vinos de calidad a quienes comparten su pasión. Con una oferta que va de los 30 € a la friolera de 19 000 € la botella, la marca se posiciona en el sector de alta gama. Pese a que, en un principio, la compañía solo vendía a profesionales, las fluctuaciones del mercado durante 2020 supusieron una oportunidad magnífica para empezar a vender sus productos a particulares, a través de Internet.



Un negocio internacional con necesidades cambiantes

Con aproximadamente 10 000 contactos en su base de datos de clientes, Angel Wine distribuye vinos añejos franceses por todo el mundo, desde Londres a Singapur, Hong Kong y Tokio. No obstante, en tiempos convulsos, marcados por las guerras comerciales y la pandemia de la COVID-19, las ventas a restaurantes y hoteles de todo el mundo se vieron considerablemente afectadas, de modo que la empresa tuvo que actuar con rapidez para adaptarse a un nuevo y creciente segmento de mercado: las personas amantes del vino.

La empresa compra los vinos directamente a productores vinícolas y bodegas privadas que solo ponen a la venta pequeñas cantidades, de modo que es primordial informar cuanto antes a los clientes de que su champán o chardonnay favorito está disponible.

Además, los patrones de compra son irregulares y varían según la temporada, en función de la situación geográfica de cada cliente, por lo que es fundamental enviar mensajes personalizados en el momento oportuno. Por ejemplo, los clientes suelen realizar pedidos a finales de año; evitan el verano porque las altas temperaturas pueden alterar las propiedades químicas de los vinos añejos, si bien Angel Wine se esfuerza por evitar que eso ocurra.



Julie Le Trévou
Directora de estrategia web en Angel Wine

“Estamos realmente satisfechos con Probance; nos ha ayudado a conocer los intereses específicos de cada cliente y, por tanto, a comunicarnos mejor con ellos. En torno a una cuarta parte de nuestro volumen de negocios se genera gracias a la solución de Probance.”

Cansados de perder tiempo con plataformas de e-mail marketing

Pese a que su solución anterior era una famosa herramienta de e-mail marketing que durante un tiempo dio sus frutos, el envío de correos masivos empezó a no ser suficiente. Una simple herramienta de e-mailing no bastaba para gestionar el catálogo de productos de Angel Wine, puesto que era demasiado extenso, complejo y cambiaba constantemente. Además, vender a otros países implica comunicarse en varios idiomas, utilizar distintas divisas y mostrar los precios con y sin IVA.

“Nuestra herramienta de e-mailing no nos permitía llegar al nivel de personalización y de recomendaciones específicas que queríamos”, comenta Julie Le Trévou, directora de estrategia web de Angel Wine. “Y todas las campañas y la segmentación debían realizarse de forma manual, lo que suponía una enorme pérdida de tiempo”.

Su herramienta tampoco les permitía enviar e-mails de carrito abandonado de manera automática, lo cual era frustrante, ya que sus estadísticas de PrestaShop revelaban que el abandono de carritos les hacía perder mucho dinero.

“Íbamos dando palos de ciego: no podíamos llevar un seguimiento, no teníamos resultados cuantificables y era imposible analizar las tasas de apertura o el comportamiento de los clientes”, añade Julie Le Trévou.

Recomendaciones personalizadas para un carrito más lleno

Angel Wine necesitaba una solución de marketing realmente automatizada y personalizada. Una herramienta que les permitiera gestionar su complejo catálogo de vinos, mostrar los precios con y sin IVA y adaptarse a las necesidades individuales de una clientela internacional. También necesitaban enviar recomendaciones personalizadas de productos, en función de la evolución del comportamiento de compra y las preferencias de sus clientes. Por ejemplo, puede que un cliente esté interesado en todos los vinos tintos, solo en los vinos de Burdeos y del valle del Ródano o simplemente en los vinos de una bodega en particular. Las comunicaciones tenían que satisfacer esas preferencias.

Y, debido a los aspectos tan específicos y estacionales de este tipo de negocio, era necesario forjar relaciones duraderas con los clientes para incitarles a realizar compras de forma regular.

Por último, necesitaban más claridad en los resultados y en la rentabilidad de las inversiones.

El abuso del alcohol es perjudicial para la salud.

Las herramientas de análisis de Probance y su IA hacen de la personalización una fuente de ingresos

Gracias a la recomendación de una agencia digital, Angel Wine supo de la existencia de Probance, una solución de marketing automatizado cuyo enfoque se basa en enviar recomendaciones realmente personalizadas. Además, era una oportunidad perfecta para automatizar el envío de e-mails, algo que, sin duda, permitiría al equipo de Angel Wine ahorrar mucho tiempo.

Probance desplegó entonces su potente IA para gestionar su complejo y cambiante catálogo de más de 3500 vinos y las no menos complejas preferencias de sus clientes. Los escenarios de marketing más efectivos son las newsletters automatizadas (cuya frecuencia aumentó en los períodos de máxima actividad), los importantísimos e-mails de carrito abandonado, las alertas sobre nuevas existencias y los mensajes de remarketing tras visitar el sitio web.

Como la IA de Probance analiza todos los datos, incluidos los patrones de compra y el comportamiento de navegación, las recomendaciones personalizadas empezaron a ser relevantes para los amantes del vino que acudían a la web.

Una comunicación relevante se traduce en un mejor rendimiento en términos de tasas de apertura, de clics y de conversiones. Según explica Julie Le Trévou, las tasas de apertura están por encima de la media del mercado (los mensajes de carrito abandonado logran una tasa de apertura del 60 %). Además, atraer a más clientes potenciales a la web supone vender más y con mayor frecuencia.

“Las alertas son geniales para mantener informados a clientes específicos sobre nuevos productos o botellas poco comunes. Como solo se venden pequeñas cantidades, los clientes necesitan saber cuanto antes que están disponibles”. A su vez, la atención al detalle hace que se refuerce la fidelidad del cliente y, por tanto, que el valor medio de compra aumente.

Un 25 % del volumen de negocios generado gracias a los mensajes automatizados

“La solución es realmente eficaz y nos encanta la cantidad de funciones de que dispone. Por ejemplo, la información del producto se personaliza de forma automática y se muestra en el idioma del país del cliente y en la divisa correspondiente, independientemente de si se aplica o no el IVA”. La IA de Probance ofrece recomendaciones de productos detalladas y personalizadas para cada uno de los clientes, en función de sus patrones de compra y su probabilidad de compra.

Julie Le Trévou también dedica unas palabras al equipo de Probance: “Son supereficaces. Cada vez que surge un problema, lo solucionan de inmediato”.

“En resumen, estamos realmente satisfechos con Probance, ya que nos ayuda a comunicarnos mejor con cada uno de nuestros clientes, de forma personalizada, en función de sus intereses. En torno a una cuarta parte de nuestro volumen de negocios se genera solamente gracias a las newsletters automatizadas y los escenarios de marketing”, concluye Julie Le Trévou, que acaba de renovar el contrato con Probance por otros dos años más.

Ventajas



Mayor personalización

La IA de Probance gestiona y analiza datos complejos procedentes de varias fuentes, para una mayor personalización.



Mejor rendimiento

Una comunicación relevante se traduce en un mejor rendimiento en términos de tasas de apertura, de clics y de conversiones.



Adaptada a cada país

La información y el precio de los productos se muestran en el idioma y la divisa del país de destino.