

[↩] probance



Le cas de Txirula

"Probanca nous offre la capacité d'affiner nos stratégies en détail et nous permet de les rendre plus percutantes et personnalisées."



La transition vers Probance a été une étape stratégique : elle a permis de passer à une approche plus sophistiquée dans les campagnes de marketing par email.

Depuis sa création en 1979, Txirula Musik a été un phare dans l'univers musical. Au fil des ans, l'entreprise a évolué de manière dynamique, adaptant astucieusement ses stratégies pour répondre aux évolutions du marché. Aujourd'hui, Txirula propose un vaste inventaire de plus de 8 000 articles et 12 000 références, avec une équipe de 10 personnes entièrement composée de musiciens, offrant ainsi une valeur distinctive à ses services.

Lorsque l'entreprise a décidé de collaborer avec Probance, elle se trouvait à un moment clef de son développement : **la dynamisation stratégique du canal en ligne était essentielle pour assurer sa croissance continue.**



Un avant et un après dans les communications : personnaliser tous les emails sans y consacrer des heures et des heures

Jusqu'à il y a un an et demi, Txirula utilisait d'autres outils pour mettre en oeuvre ses stratégies de marketing par email, envoyant des emails ponctuels à toute sa base de données. Cependant, cette méthode avait des limites, car elle ne permettait pas d'automatiser les processus. Ils ont donc décidé de changer leur approche et ont commencé à collaborer avec Probance.

Depuis la mise en place de Probance, Txirula a connu un changement significatif. Désormais, ils peuvent automatiser l'envoi d'emails tout en conservant une personnalisation approfondie dans leurs communications. Les flux automatisés leur permettent d'envoyer des messages automatiques à des moments stratégiques, tirant ainsi parti des opportunités où la probabilité de conversion est plus élevée.

Cette approche plus avancée maximise les opportunités de conversion et améliore significativement l'expérience utilisateur en fournissant des communications pertinentes et opportunes.

La collaboration avec Probance s'est avérée être un changement positif dans la stratégie marketing de Txirula, leur permettant de s'adapter de manière plus agile et efficace aux dynamiques du marché.



Mikel Moisen
Associé et directeur de Txirula

"Du point de vue analytique, nous sommes très satisfaits. Probance nous offre la capacité d'affiner nos stratégies en détail et nous permet de les rendre plus percutantes et personnalisées."

Une stratégie omnicanal : le SMS comme grand allié

Txirula a intégré à sa stratégie une campagne de SMS qui a donné des résultats surprenants.

Avec un seul SMS par contact, la campagne a été un succès en termes de chiffre d'affaires. Le taux de réponse a été exceptionnel, se connectant directement et efficacement avec la communauté du magasin.

Cette stratégie a non seulement dépassé les attentes, mais a également démontré la grande efficacité du marketing par SMS.

Les données clefs de la campagne :

- + 11.500 SMS envoyés
- Taux d'ouverture de 88,94%
- Plus de 28 000€ générés via SMS

Les campagnes SMS se révèlent être une stratégie très efficace pour les entreprises qui choisissent de les mettre en oeuvre.



L'analyse des données : la clef de l'amélioration

Quand on demande à Mikel de mettre en avant les points forts de Probance, il nous explique qu'il est très satisfait du point de vue analytique. Il peut affiner ses stratégies en détail. À un moment où il est crucial de se démarquer dans la boîte de réception, l'utilisation des rapports et des analyses a permis à Txirula d'évaluer de manière plus précise les performances de ses campagnes, d'identifier les aspects qui ont le plus d'impact sur les visites et d'ajuster les stratégies en conséquence.

Ajouté au temps gagné grâce aux automatisations, cela leur permet de mettre en place des stratégies de marketing par email plus élaborées. La capacité à automatiser les processus a non seulement accéléré leurs opérations, mais également libéré du temps pour se concentrer sur d'autres aspects de la communication.

Avoir un gestionnaire de compte à son service est d'une grande importance stratégique

Outre son interface intuitive, la véritable valeur de Probance réside dans la collaboration avec votre gestionnaire de compte. L'importance d'avoir un professionnel dédié se manifeste lors des réunions régulières, où non seulement les questions sont abordées, mais aussi les suggestions d'amélioration stratégique.

Probance devient ainsi un partenaire stratégique de ses clients. Lors des réunions, Mikel ne résout pas seulement les questions opérationnelles, mais il tire également le meilleur parti de l'outil, découvre de nouvelles fonctionnalités et explore des approches plus efficaces. La présence constante du gestionnaire de compte est devenue indispensable pour la mise en oeuvre efficace de l'outil et l'évolution continue des stratégies de Txirula.

Les avantages pour Txirula



Analyse approfondie et rapports détaillés

Grâce à l'analyse des comportements et aux rapports, il est possible de réagir rapidement aux évolutions du marché.



Meilleure gestion du temps

Les automatisations et la simplicité dans la création de newsletters ont considérablement amélioré l'efficacité du travail.



Stratégie omnicanal

Améliore l'interaction, optimise l'adaptabilité et garantit une connexion continue et efficace avec le public à chaque point de contact.