



**Decathlon  
singularise  
l'expérience client  
pour **accroître**  
l'AOV de 8 %**

**DECATHLON**

×

**Insider**

# // Notre tactique de croissance perfectionnée sur tous les canaux

Depuis que nous avons commencé à utiliser les stratégies d'engagement web d'Insider, nous avons constaté une augmentation significative de l'engagement de nos utilisateurs et des indicateurs clés du funnel. Notre approche sur deux fronts consistait à réengager les utilisateurs ayant abandonné leur panier et à proposer à nos visiteurs des notifications correspondant à leurs préférences et à leur comportement antérieur. En utilisant les attributs dynamiques et les outils d'expérimentation d'Insider sur site pour notre site web, nous avons pu améliorer notre taux de conversion de près de 14 % et augmenter le montant du panier moyen de 8 %. Nous avons réussi à engager chaque utilisateur grâce à des notifications très pertinentes et des bannières sur le site. En fait, nous explorons d'autres fonctions de la plateforme Insider pour créer notre tactique de croissance perfectionnée sur tous les canaux.

Wojciech Zięba

*Directeur e-commerce et omnicanal chez Decathlon*

# À propos de Decathlon

---

Fondé en 1976 en France, Decathlon est un détaillant d'articles de sport international qui compte 2 080 magasins dans 56 pays. Intégrant un design évolutif et performant dans ses produits de haute qualité à un prix abordable, Decathlon est synonyme d'un excellent rapport qualité-prix et d'aventures sportives pour des millions de personnes à travers le monde. La société possède ses propres marques « passion » et des experts qui aident à créer, concevoir et fabriquer leurs produits pour différents sports dans les laboratoires et studios de Decathlon dans le monde entier.



1976



+100 000



56 pays



+2 000 magasins



# Notification via micro-segmentation: affinité aux réductions, derniers produits consultés, top ventes...

---

Comment informer les utilisateurs des nouvelles offres, des produits les plus vendus, des articles en vogue et des derniers produits consultés par les utilisateurs qui se vendent rapidement ? Par ailleurs, comment personnaliser ces engagements et les adapter aux préférences des utilisateurs ?

En étroite collaboration avec son gestionnaire de compte d'Insider, Decathlon a commencé à utiliser le produit d'expérimentation d'Insider sur son site, le centre de notification, pour attirer l'attention des visiteurs et les diriger vers des pages de catégorie de produits en vogue et/ou personnalisés afin de stimuler la conversion.

Le centre de notification du site de Decathlon a utilisé des attributs dynamiques, tels que le « dernier produit consulté », pour que ces notifications restent pertinentes et créent un sentiment d'urgence.

En un mois à peine, Decathlon a connu une hausse de **8 % du montant du panier moyen (AOV)** grâce à l'engagement sur le centre de notification.





8 %  
de hausse  
de l'AOV

The screenshot shows the Decathlon website interface. At the top left is the Decathlon logo and a search bar with the placeholder text "ENTER PRODUCT NAME OR CODE". To the right of the search bar are navigation icons for "ALL", a dropdown menu, and a search icon. Further right are icons for "My wish list", "My Internet Account", "Find my store", "contact", and "My basket".

The main navigation bar includes categories: SPORTS, CAMPING, BIKES, FITNESS, WOMAN, MAN, and SERVICES. A "BEST OFFERS" pop-up is visible over the "BIKES" category.

The main banner features a large image of a camping scene with a blue tent and people sitting around a table. The text "HOTEL W PLENERZE" is overlaid on the image. A price tag shows "899 999" with a crossed-out original price. A promotional message states "99% ZACIEMNIENIA chłodniej w ciepłe dni". A "CHECK >" button is at the bottom right of the banner.

On the right side, there are three product recommendation cards:

- SWIMSUITS** OLAIAN: from PLN 11.99. Image shows a woman in a swimsuit.
- RAIN JACKETS** QUECHUA: from PLN 19.99. Image shows a person in a rain jacket.
- MOUNTAIN BIKES** ROCKRIDER: from PLN 799.99. Image shows a person on a mountain bike.

# Optimiser le processus de paiement et augmenter le montant du panier moyen

---

Decathlon s'est rendu compte que bon nombre de ses visiteurs ne passaient jamais le stade du règlement. La société a donc cherché à optimiser le processus de paiement afin de réduire le nombre d'abandons et d'inciter les clients à ajouter plus d'articles à leur panier avant d'acheter.

Insider a suggéré de proposer aux clients de Decathlon une livraison gratuite à condition que leurs paniers atteignent un certain montant-seuil.


Les bannières de livraison gratuite d'Insider, affichées en haut du site Decathlon, rappelaient visuellement aux utilisateurs qu'ils étaient sur le point de bénéficier de la livraison gratuite.


En utilisant cette technique sur la page de paiement, Decathlon a pu optimiser le processus de paiement, encourageant plus d'utilisateurs à finaliser leur achat et à augmenter le montant du panier moyen.

Decathlon a ainsi généré des recettes supplémentaires grâce à une hausse de **14 % de l'AOV**.





14 %  
de hausse  
de l'AOV

ENTER PRODUCT NAME OR CODE 




My wish list My Internet Account Find my store contact  My basket



SPORTS | CAMPING | BIKES | FITNESS | WOMAN | MAN | CHILD | ACCESSORIES | **END OF SERIES** | SERVICES

 > ① CREATE AN ACCOUNT > ② SUPPLY > ③ PAYMENT

 You have free delivery!

### 1. MY ORDER (1 PRODUCT)

ARTICLE	QUANTITY	UNIT PRICE	GROSS SALES VALUE	DETAILS
 <b>ADIDAS</b> X 18.3 FG STOPPERS FOR CHILDREN Size 37	- 1 +	<del>219.99 zlotys</del> <b>139.99 zlotys</b> <b>139.99 zlotys</b> 		Together 139.99 zlotys
<b>PROMOTIONAL CODE</b> 				<b>TOGETHER</b> 139.99 ZLOTYS

 **CONTINUE SHOPPING** **GO FURTHER** 

OTHER CUSTOMERS ALSO BOUGHT



# Faire revenir les utilisateurs lorsqu'un produit est de nouveau disponible

---

Decathlon a observé que l'un des facteurs qui poussait les utilisateurs à quitter le site était la rupture de stock des produits. Toutefois, alors qu'elle reconstituait fréquemment ses stocks, la société avait besoin d'un moyen rapide et efficace d'atteindre les utilisateurs une fois que leurs produits préférés étaient de nouveau en stock. L'objectif était de les amener à se reconnecter au site pour acheter.

Insider a aidé Decathlon à relever ce défi grâce à une stratégie de notification web push de « retour en stock », qui utilise à la fois les données d'inventaire et les données comportementales des clients pour délivrer le bon message aux bonnes personnes. Comme la notification est directement transmise au navigateur de l'utilisateur, la solution la plus adaptée était d'attirer les utilisateurs, où qu'ils se trouvent sur Internet, et de les faire revenir pour consulter le produit.

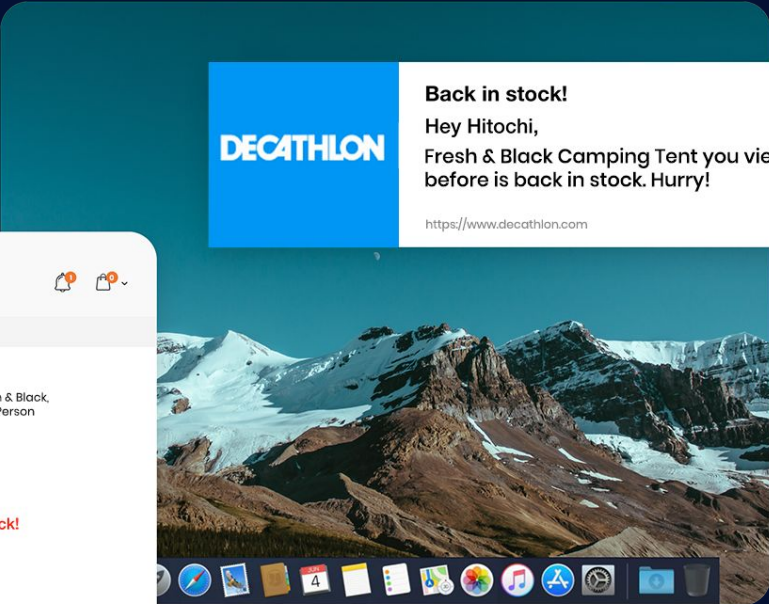
Decathlon a obtenu un **taux de conversion de 2,62 %** grâce aux campagnes de notifications push « en stock ».

Ces notifications ont également généré **6 068 sessions** supplémentaires, ce qui a considérablement amélioré l'engagement sur le site web.







2,62 %  
de taux de  
conversion



**DECATHLON**

**Back in stock!**  
Hey Hitochi,  
Fresh & Black Camping Tent you viewed  
before is back in stock. Hurry!

<https://www.decathlon.com>


**DECATHLON** Search...  

HOME WHAT'S NEW WOMEN MEN GEAR SALE FEATURES



Quechua 2 Second Easy Fresh & Black, Waterproof Camping Tent, 2 Person

1 x \$220.00

**\$220.00**





 **Currently out of stock!**

Size: Select

Color:  

1

**Add to Cart**





## Se tourner vers l'avenir

---

À l'avenir, Decathlon travaillera en étroite collaboration avec Insider pour intégrer toute les technologies reposant sur l'IA dans ses stratégies d'engagement sur site.

Les capacités de segmentation reposant sur l'IA d'Insider répondent à l'engagement des clients sur le site en micro-segmentant les attributs dynamiques des utilisateurs. Cela permettra, en retour, à Decathlon d'offrir aux visiteurs un engagement hautement personnalisé, reposant sur leurs attributs dynamiques.

L'un des domaines où cette technique jouera un rôle clé pour Decathlon sera l'optimisation du processus de paiement, en utilisant des attributs dynamiques pour délivrer des messages pertinents aux utilisateurs pendant le processus de paiement, permettant ainsi d'améliorer les conversions et d'augmenter le montant du panier moyen.

Decathlon se penchera également sur les notifications sur site avec des attributs dynamiques pour attirer les visiteurs avec des messages cohérents avec leur comportement et intention de recherche. Cela permettra d'optimiser la durée des sessions ainsi que d'améliorer les taux de conversion.





# À propos d'Insider

Insider est une plateforme d'orchestration du parcours omnicanal et aide les professionnels du marketing digital et du e-commerce à générer de la croissance tout au long du funnel (acquisition, activation, rétention et revenus).

Grâce à une segmentation prédictive en temps réel basée sur une IA et des capacités de Machine Learning approfondies, la plateforme d'orchestration omnicanale d'Insider permet aux spécialistes du marketing de proposer des parcours personnalisés sur le Web, le Web mobile, les applications, les messageries, les emails et les publicités en ligne.

Structurée sur une couche de données unifiée, la plateforme est facile à déployer et simple à utiliser. Elle permet d'éviter les intégrations complexes et la dépendance aux équipes IT. Insider simplifie la vie des spécialistes du marketing numérique. Cela se traduit par une croissance accrue due à une maximisation à plein potentiel du travail marketing réalisé.

Insider a récemment été présenté dans le [Gartner Magic Quadrant for Multichannel Marketing Hubs 2020](#) et est devenu le numéro 1 du [logiciel de marketing mobile de G2Crowd](#) et des réseaux de [personnalisation](#) avec une note de 4,7/5 reposant sur 100 % des avis des utilisateurs, pendant 14 trimestres d'affilée. Insider possède 24 bureaux à Londres, Paris, Singapour, Tokyo, Hong Kong, Séoul, Sydney, Helsinki, Barcelone, Dubaï, Moscou, Varsovie, Taipei, Jakarta, Manille, Wellington, Istanbul, Kiev, Ho Chi Minh, Bangkok, Bruxelles, Amsterdam, Luxembourg, Ankara et Kuala Lumpur.

A V O N

ESTÉE LAUDER

PHILIPS

SAMSUNG



hunkemöller



MAC



GAP



[info@useinsider.com](mailto:info@useinsider.com)

[www.useinsider.com](http://www.useinsider.com)