

LA COMPAGNIE DU LIT



La Compagnie du Lit  
atteint un **ROI x5 en 3**  
**mois** en personnalisant  
l'expérience client tout  
au long du parcours



# Les Challenges



**Atteindre et engager** les visiteurs non inscrits, du fait de produits à faible récurrence d'achat (literie)



Couvrir de multiples besoins d'**orchestration multicanale** simultanément : personnalisation, recommandations, A/B testing, notifications Push web et mobile



Poursuivre l'optimisation de KPIs déjà en croissance (CRO, AOV, revenu incrémental) par une stratégie d'expérimentation incrémentale **simple et rapide à déployer**



Recourir à une **solution logicielle clés en main**, service de support inclus

## En bref



**81 magasins** en France & en Belgique



**14 expériences** de personnalisation réalisées



**Revenu incrémental de 670 k€**

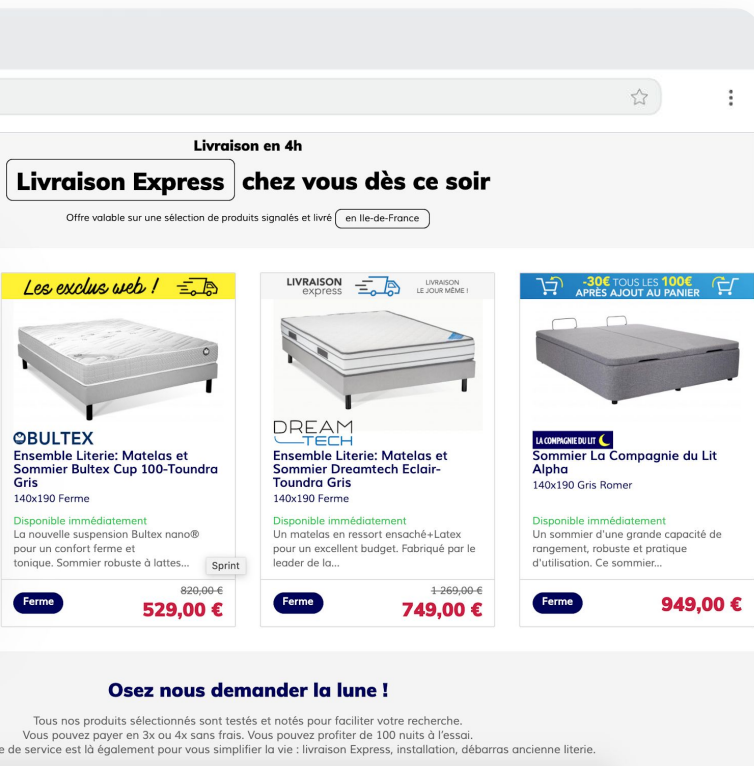
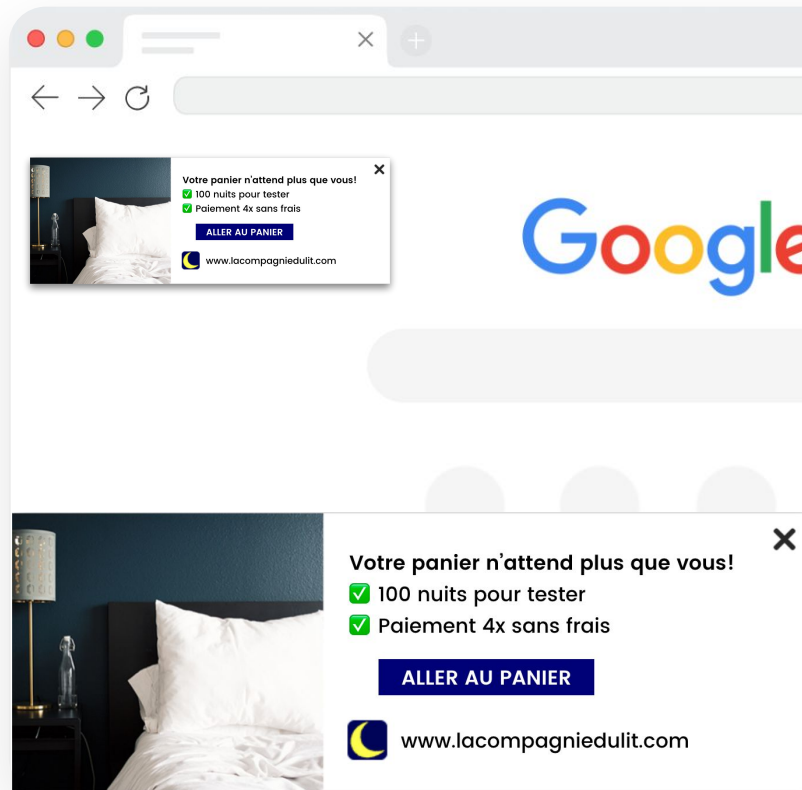


En à peine **3 mois**, onboarding inclu

## Réengager grâce aux notifications Web Push

Afficher une notification pour réengager les utilisateurs ayant montré un intérêt pour des items particuliers en les ajoutant au panier sans terminer la transaction.

- 26% CR (Taux de conversion)
- 43k € Revenu incrémental annualisé



## Recommandations personnalisées par l'IA

Grâce au filtrage avancé, la Compagnie du Lit a pu contextualiser ses recommandations via machine learning en fonction d'attributs tels que le prix soldé, la catégorie, les mots clés, le prix, le segment du produit, le niveau de stock...

- +14% (Taux de conversion)
- +1% AOV (Panier moyen)
- 200k € Revenu incrémental annualisé



Insider nous a permis de **décupler nos capacités de tests** et de **rapidement identifier** ce qui fonctionne ou non. Savoir quand poursuivre ou mettre fin à une expérience constitue une réelle valeur en terme de pilotage pour notre stratégie d'optimisation digitale.



**Ludovic Woronoff**

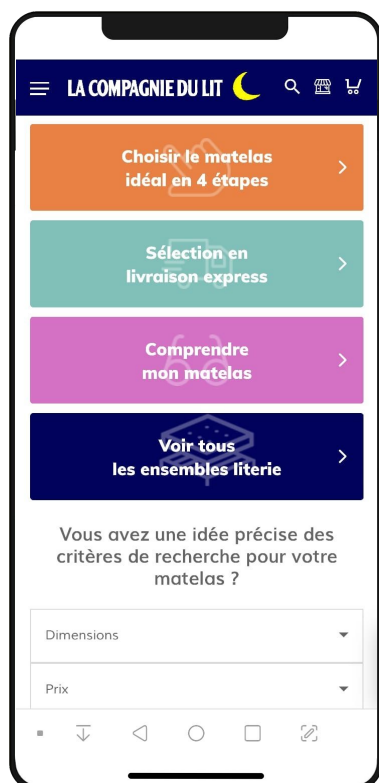
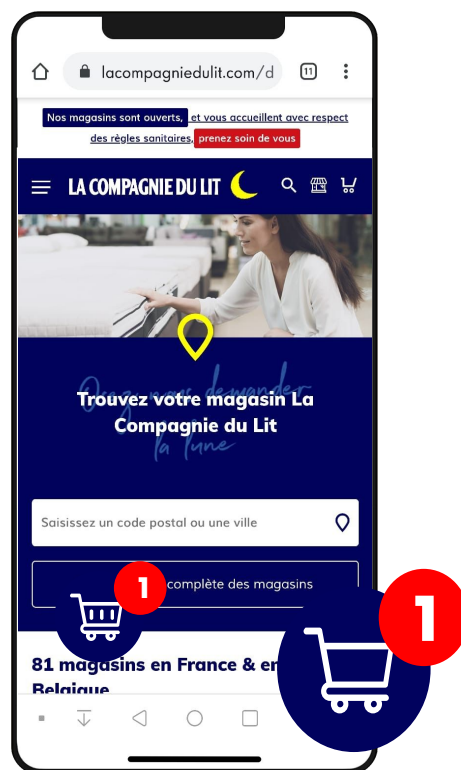
Directeur du Ecommerce & Transformation Digitale

## Panier flottant pour mobile

La Compagnie du Lit désire poursuivre les efforts d'optimisation de conversion mobile déjà entrepris.

Dès le premier mois, l'ajout d'un panier flottant pour les utilisateurs ayant ajouté 1 produit ou plus au panier a généré une hausse importante du panier moyen.

- +16% CR (Taux de conversion)
- +165% AOV (Panier moyen)
- +21k € Revenu incrémental annualisé



## Sticky Menu pour mobile

Faciliter la navigation sur mobile en utilisant un "sticky menu".

- +8% AOV (Panier moyen)

“

La solution est **facile à prendre main**, nos équipes ont vite pu la paramétrer selon nos objectifs grâce à un processus **d'onboarding bien pensé** et un **support client en ligne réactif**. Cela nous a permis de monter en puissance sans heurt malgré le confinement.



**Ludovic Woronoff**

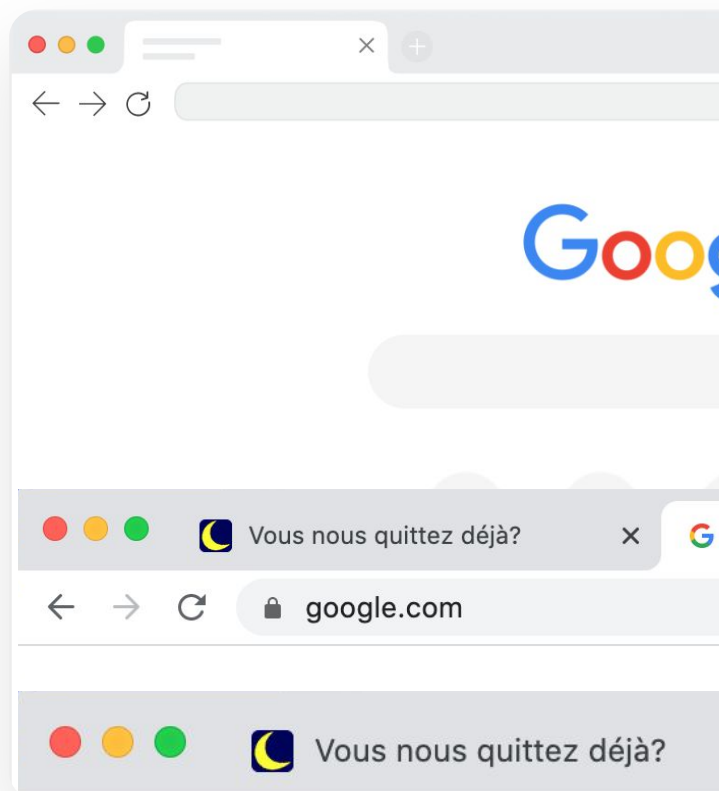
Directeur du Ecommerce & Transformation Digitale

## Réengager les visiteurs sortant via un onglet parlant

La Compagnie du Lit désirait atteindre les visiteurs ne figurant pas dans sa base de données.

Insider suggéra d'afficher un message dynamique invitant le visiteur ayant ouvert un autre onglet à revenir sur le site.

- +24% CR (Taux de conversion)
- +40% AOV (Panier moyen)
- 212k € Revenu incrémental

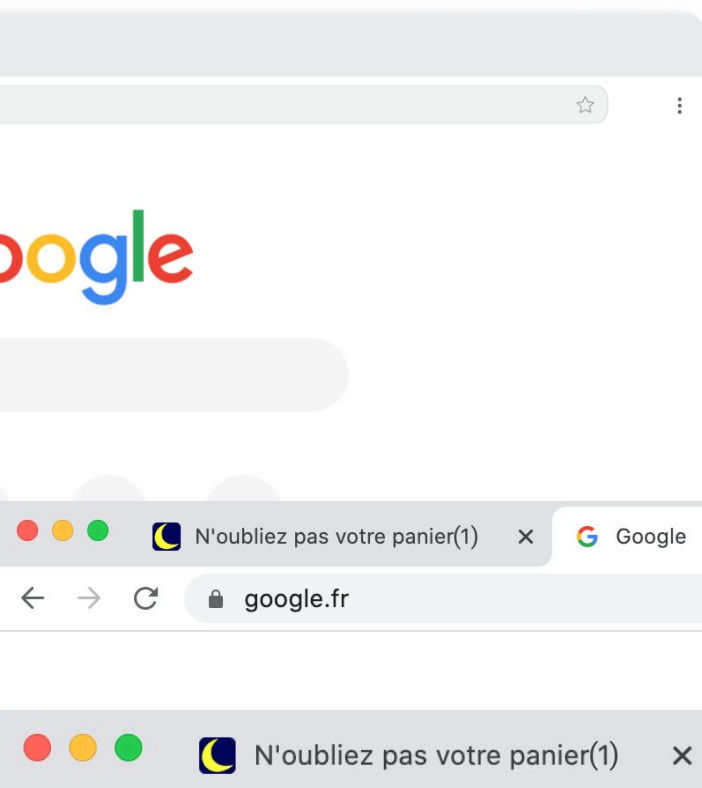


## Récupérer les abandons de panier via un onglet parlant

Un mois après le début de l'expérience fût répliquée en ciblant les visiteurs ayant ajouté au moins un item à leur panier.

L'expérience fût de nouveau un succès et permis de diminuer les abandons de panier d'environ 10%.

- +11% (Taux de conversion)
- +5% AOV (Valeur du panier moyen)
- 196k € Revenu incrémental annualisé



# Notre méthodologie



Toutes nos expériences font l'objet d'un A/B testing.



Les données présentées (CRO, AOV, revenu incrémental...) sont basés sur le différentiel entre les résultats de l'audience pour laquelle l'expérience est réalisée et les ceux du groupe de contrôle



Nos groupes de contrôle constituent 50% du trafic d'un site donné (total, mobile ou desktop selon l'expérience)



Les résultats présentés ne sont donc pas affectés par la saisonnalité ou autre facteurs (cygnes noirs, etc...)



# LA COMPAGNIE DU LIT

Créé en 1988, La Compagnie du Lit est l'une des plus grandes enseignes spécialisées en literie de France. Sa stratégie omnicanale, avec son site internet et ses 81 magasins (succursales & franchisés), lui permet de poursuivre un développement rapide et unique dans le marché de la literie.



La Growth Management Platform (GMP) d'Insider permet aux équipes marketing de générer de la croissance tout au long du funnel, de **l'Acquisition** à **l'Activation**, à la **Rétention**, et aux **Revenus**. L'entreprise collabore avec plus de **600 clients** à travers de multiples secteurs dans le monde entier, dont de prestigieuses entreprises de la liste **Fortune 500** ainsi que des marques phares du retail, du travel, de l'automobile et de bien d'autres industries.



ESTÉE LAUDER

PHILIPS

SAMSUNG

