

**MATY augmente la valeur  
du panier moyen de 6 %  
en personnalisant son  
expérience client grâce à  
l'IA.**

MATY × 



Travailler avec l'équipe d'Insider a été une formidable expérience. La plateforme d'Insider est très simple et facile à utiliser.

En quelques semaines, nous avons pu lancer plus d'expériences qu'en un an ! L'équipe e-commerce est devenue beaucoup plus data-driven et l'équipe d'Insider nous pousse toujours vers à améliorer continuellement notre travail.

Ahmed Chinbou

*Responsable e-commerce - Consultant intérim MATY*



# À propos de MATY

---

« Aimer, créer et servir » est le motto de MATY.

MATY est un des principaux fabricants français d'horlogerie et de joaillerie, fondé en 1951.

La société gère 35 magasins et un site de commerce électronique, MATY.COM, qui reçoit plus de 16 millions de visites chaque année.

En tant que marque de confiance disposant d'une importante base de données de courriers électroniques opt-in, MATY devait trouver un nouveau canal de communication pour communiquer avec ses clients et les fidéliser.



Fondée en 1951



Siège à Paris



+ 400 employés



# Diminuer les abandons de panier en utilisant la puissance du web push

---

MATY s'est rendu compte que le pourcentage d'abandons de paniers sur son site web était élevé et qu'elle devait pousser les clients à revenir. L'entreprise utilisait traditionnellement le courrier électronique comme moyen de communication avec ces utilisateurs. Elle avait besoin d'un moyen plus efficace, qui ne nécessitait pas de base de données, pour réduire l'abandon de paniers.

L'équipe d'Insider a suggéré à MATY d'essayer **Cart Abandonment Push**, une puissante fonction de push web proposée par la société, qui vise à faire revenir les clients ayant abandonné leur panier.

Les notifications web push d'abandon de chariot ont été très efficaces et ont permis à MATY d'atteindre un taux de conversion de **9,86 % de ces « abandonneurs »**.



Taux de  
conversion  
9,86 %

21 : 30

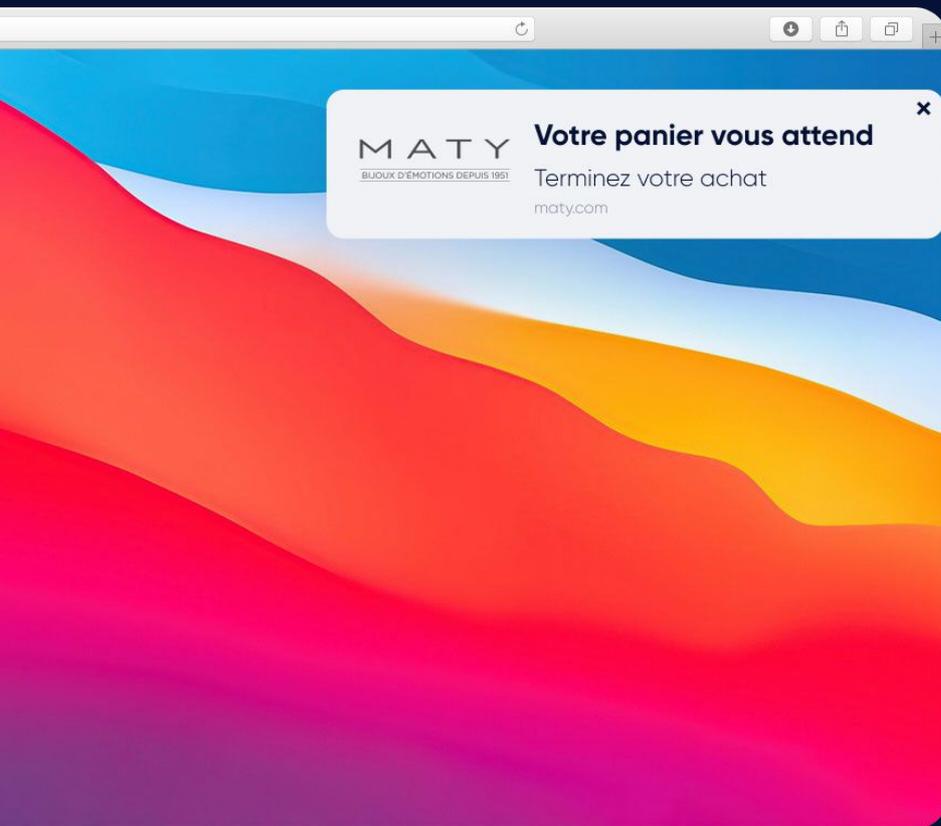


MATY



Votre panier vous attend 

Terminez votre achat

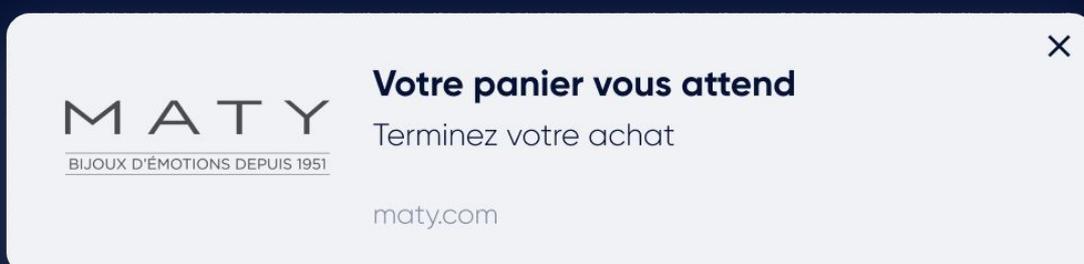


MATY BIJOUX D'ÉMOTIONS DEPUIS 1951

Votre panier vous attend

Terminez votre achat

maty.com



MATY BIJOUX D'ÉMOTIONS DEPUIS 1951

Votre panier vous attend

Terminez votre achat

maty.com

# Utilisation de la preuve sociale pour encourager les visiteurs à s'intéresser aux produits

---

MATY voulait améliorer l'engagement sur ses pages produits. L'objectif était d'augmenter la durée des sessions et d'augmenter les conversions sur ces pages. Pour cela, MATY voulait un outil d'engagement efficace qui transformerait les visiteurs en acheteurs.

En collaboration avec Insider, MATY a choisi de mettre en œuvre la preuve sociale d'Insider sur sa page produit. La preuve sociale crée un sentiment d'urgence autour d'un produit en mettant en évidence le nombre de personnes qui l'ont vu ou acheté au cours des dernières 24 heures. Cette technique permet de stimuler l'engagement sur les pages des produits.

MATY a obtenu des résultats exceptionnels en lançant des campagnes de preuve sociale sur ses pages produits. Elle a observé une **augmentation moyenne du taux de conversion de 14,51 %**.



14,51 % de  
hausse du  
TC

MATY

BIJOUX D'ÉMOTIONS DEPUIS 1951

Rechercher (bague, 0378038, mariage...)



Bijouteries



Mes favoris



Compte



Panier

NOËL

NOUVEAUTÉS

BIJOUX

MONTRES

CADEAUX

MARQUES

MARIAGE

OUTLET

SERVICES

< RETOUR

Accueil / Parure or blanc 375 montre bijoux bleus

Très bon choix !

30 visiteurs regardent ce produit en ce moment.



MATY

Parure or blanc 375 montre bijoux bleus

Pour vous gâter ou faire plaisir à quelqu'un, pourquoi ne pas miser s... [En savoir plus](#)

★★★★★ (1 avis)

399 €

ou 3 x 133,00 € ou 4 x 99,75 €

✓ Disponible à partir du 09/12/2020

AJOUTER AU PANIER



VOS SERVICES INCLUS

- ✓ Retour GRATUIT
- ✓ 60 jours pour changer d'avis
- ✓ Garantie 2 ans par MATY

COFFRET PRÊT À OFFRIR *en Édition limitée*

# Rendre les recommandations de produits plus pertinentes grâce au test A/B

---

MATY voulait optimiser les recommandations sur sa page de produits et les rendre plus pertinentes en testant de multiples variations pour voir ce qui fonctionnerait le mieux. La page existante présentait 3 recommandations pertinentes pour chaque page de produit. MATY voulait tester si des recommandations de produits supplémentaires amélioreraient l'engagement.

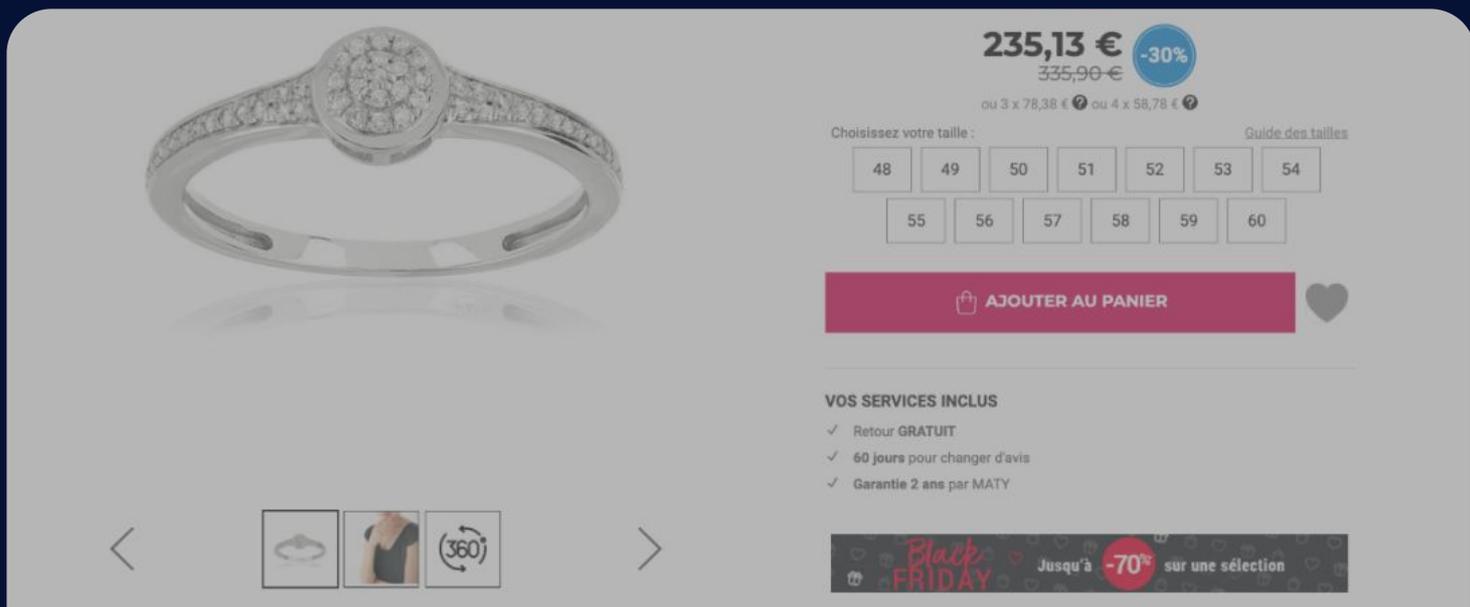
L'équipe d'Insider a étudié le plan et a conseillé à MATY d'essayer sa fonction de test A/B. MATY a ainsi pu tester deux variantes : une avec 3 recommandations et une autre avec 4 recommandations pour voir laquelle donne de meilleurs résultats,

MATY a observé une amélioration significative de l'engagement sur ses pages produits. Les campagnes de tests A/B ont entraîné une **augmentation de 6,69 % de la valeur moyenne des commandes (VMC)** et une **augmentation de 9,69 % des recettes supplémentaires**.



6,69 %  
d'augmentation  
de la VMC

9,69 % de hausse  
des recettes  
supplémentaires



235,13 € ~~335,90 €~~ -30%

ou 3 x 78,38 € ou 4 x 58,78 €

Choisissez votre taille : [Guide des tailles](#)

48	49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60	

[AJOUTER AU PANIER](#)

**VOS SERVICES INCLUS**

- ✓ Retour GRATUIT
- ✓ 60 jours pour changer d'avis
- ✓ Garantie 2 ans par MATY

Black FRIDAY Jusqu'à -70% sur une sélection

VOUS AIMEREZ AUSSI



**Black Friday**  
Bague MATY Or 375 jaune  
Quartz fumé noir et Diamants  
**298,13 €** ~~425,90 €~~ -30%

**Black Friday**  
Bague MATY Or jaune Perle de  
culture de tahiti et Diamants  
**193,13 €** ~~275,90 €~~ -30%

**Black Friday**  
Bague MATY Or 375 jaune  
Saphirs et Diamants  
**269,90 €** ~~350,90 €~~ -23%

VOUS AIMEREZ AUSSI



**Bague or 375 pierres fines  
diamants**  
**269 €** ~~490 €~~ -45%

**Bague or 375 2 tons diamant**  
**209,93 €** ~~299,90 €~~ -30%

**Bague or 375 2 tons améthyste  
et diamant**  
**209,93 €** ~~299,90 €~~ -30%

**Black Friday**  
Bague MATY Or 375  
Quartz fumé noir  
**298,13 €** ~~425,90 €~~ -30%

# Cibler les visiteurs du site avec des overlays « gamifiés » de type Instagram pour améliorer l'engagement

---

MATY voulait explorer des méthodes innovantes pour faire engager les visiteurs du site. L'équipe a réalisé qu'une des façons d'y parvenir était d'utiliser des expériences ludiques ou interactives sur place. Elle voulait une superposition interactive sur sa page d'accueil qui inciterait les clients à s'engager.

Insider a suggéré l'utilisation d'InStory, un scénario de type Instagram sur la page d'accueil qui présentait les produits en vogue. Les visiteurs verraient ainsi tous les produits que MATY voulait promouvoir en haut du site, et la nature interactive d'InStory leur permettrait de s'engager dans ces histoires.

MATY a vu immédiatement s'améliorer les chiffres d'engagement sur sa page d'accueil. À l'aide de ces campagnes InStory, Maty a réalisé une **hausse de 5,29 % du taux de conversion** et de **2,74 % de la VMC**.



+ 5,29 %  
du taux de  
conversion

+ 2,74 %  
de la VMC



## Se tourner vers l'avenir

---

À l'avenir, MATY s'appuiera sur les puissantes capacités de segmentation et de personnalisation d'Insider basées sur l'IA pour créer des groupes de clients uniques, qui pourront ensuite être ciblés par des campagnes de vente croisée. Le géant de la bijouterie cherche également à innover en utilisant les outils d'Insider, avec pour objectif de développer la communication sur les nouveaux produits.

La marque prévoit de continuer à optimiser les chiffres de la VMC ainsi que l'engagement sur site, tout en cherchant à améliorer sa stratégie de fidélisation, à stimuler les achats répétés, à fidéliser et à améliorer la valeur de la vie du client (CLV) en offrant une expérience client individualisée.

