



# Comment Yves Rocher a réussi à multiplier **son** **ROI par 7** en **5 mois**



YVES ROCHER



## // Une personnalisation plus fluide que jamais

Nous sommes parvenus à revoir complètement notre stratégie d'engagement sur site, et nos méthodes de personnalisation sont désormais plus fluides que jamais. La plateforme Insider est dotée de tous les outils nécessaires pour exploiter toutes nos données utilisateur, et leur segmentation utilisateur reposant sur l'IA permet d'attirer chaque utilisateur à l'aide de recommandations contextuelles. Nous analysons régulièrement différents produits et trouvons des moyens de les utiliser dans notre stratégie.

Krzysztof Bylinowski

*Responsable principal des technologies numériques et informatiques en Pologne, Yves Rocher*

# À propos d'Yves Rocher

---

Yves Rocher est une marque mondiale de cosmétiques fondée en 1959. Elle est aujourd'hui présente dans 88 pays et compte plus de 14 000 employés.

Yves Rocher a choisi de maîtriser tous les aspects de la cosmétique : agriculture 100 % biologique, ingrédients actifs innovants, matières premières, fabrication, conditionnement, expédition et distribution dans le monde entier.



1959



+12 000



88 pays



Cosmétiques à l'international





# Récupération des paniers abandonnés à l'aide des Facebook Ads et des notifications push

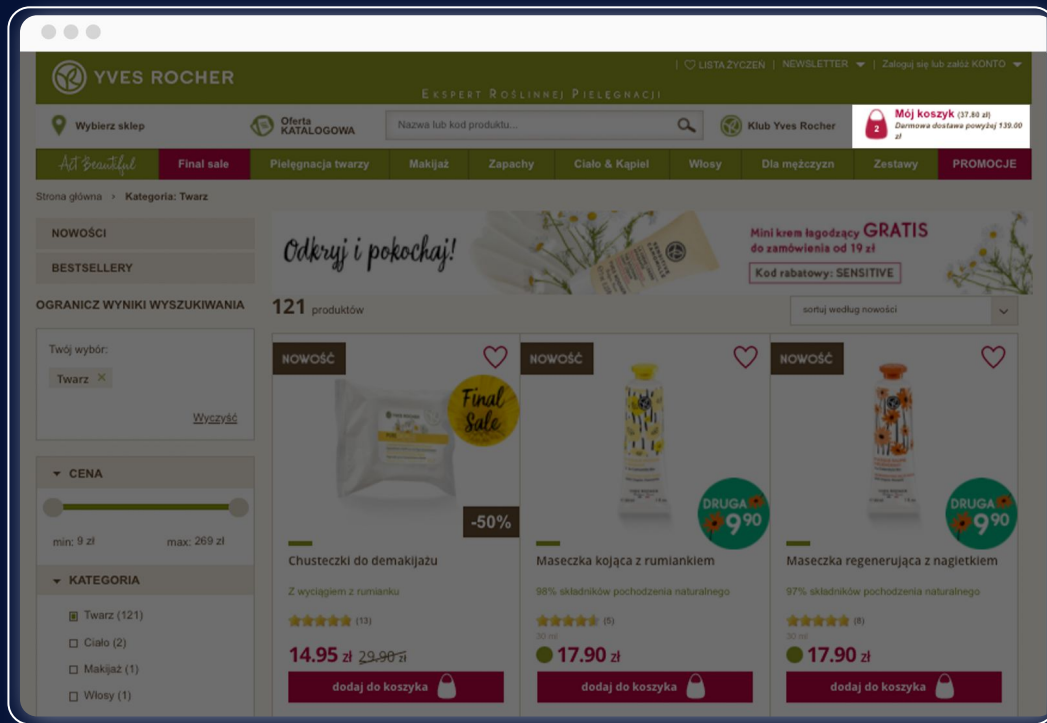
---

L'abandon de panier est une épine dans le pied de chaque société de vente en ligne, responsable de pertes de revenus considérables. Yves Rocher a souhaité trouver un moyen de récupérer les paniers une fois que l'utilisateur a quitté le site.

Pour y parvenir, Yves Rocher a cherché des moyens d'organiser des parcours utilisateur pertinents et d'unifier des canaux, tels que le « web push » et la publicité sur les réseaux sociaux, afin de créer un processus de diffusion de contenu sans faille et d'agir comme un rappel de panier récemment abandonné.



La plateforme de gestion de croissance reposant sur l'IA d'Insider a permis à Yves Rocher d'automatiser les parcours client individualisés et de créer un engagement contextuel via les canaux, ayant eu pour résultat une hausse de 5,6 % du taux de conversion.

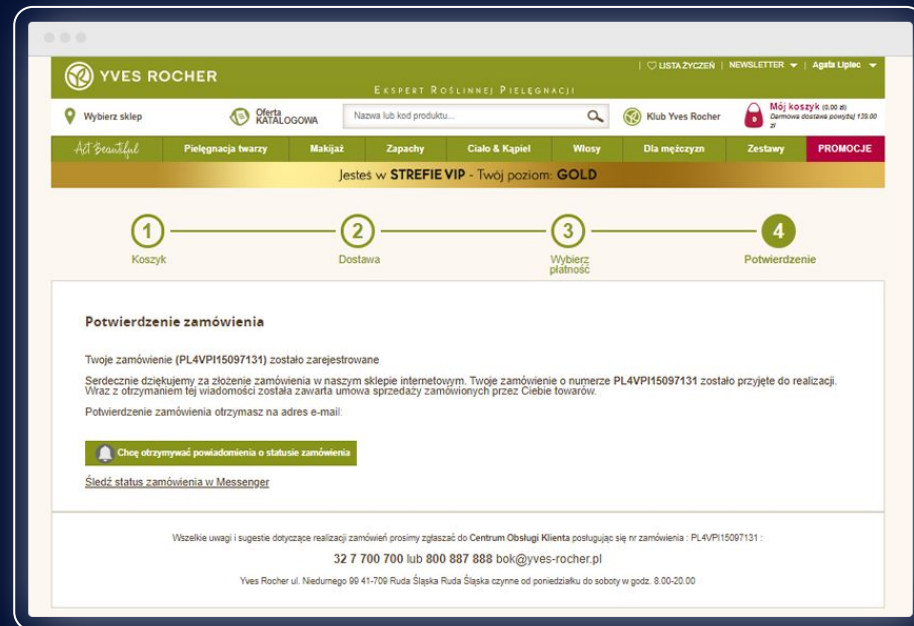


Patienter

Le client finalise son achat



Si aucun achat n'est réalisé après l'étape 2, le client reçoit un web push



Le client finalise son achat



+5,6%

Taux de conversion

# La segmentation prédictive intelligente pour le ciblage publicitaire maximise le ROAS

---

Yves Rocher a compris que plus la marque ciblait ses publicités avec précision, plus le retour sur investissement publicitaire (ROAS) serait élevé. Elle voulait s'assurer que chaque centime du budget d'acquisition était dépensé aussi efficacement que possible.

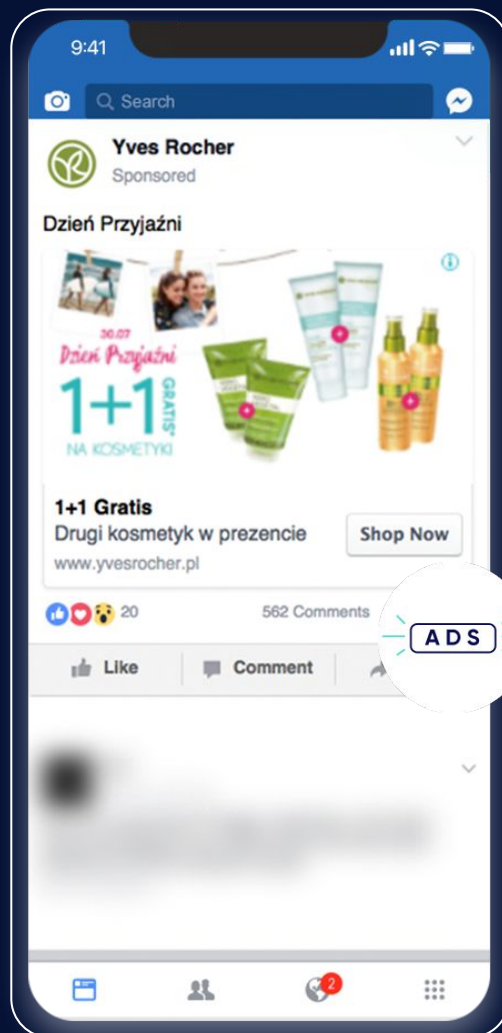
Yves Rocher a exploité les données sur le comportement des clients dont elle disposait et les a combinées avec une segmentation prédictive intelligente pour identifier les clients les plus susceptibles d'acheter.

Ainsi, ses publicités ne s'affichaient que pour ce public spécifique (le plus enclin à acheter) sur Facebook, Google et d'autres réseaux publicitaires, supprimant les dépenses publicitaires inutiles.

Grâce à cette segmentation prédictive et à ce ciblage de public, Yves Rocher a augmenté de **39 %** son ROAS sur Google et de plus de **38 %** son taux de conversion sur Facebook. En outre, Yves Rocher a pu utiliser les segments pour développer une stratégie marketing omnicanale plus globale avec la même précision de ciblage.

+38%

Taux de  
conversion



+39%

ROAS  
Return On Ad Spend

Google

Web

Images

Maps

Shopping

News

More

Search tools

About 358,000,000 results (0.28 seconds)

Odbierz Kosmetyk Gratis |

Ad [www.yvesrocher.pl](http://www.yvesrocher.pl)

Friendship Day Yves Rocher - Tylko Teraz Zamow 2 Produkty w Cenie

# Une hausse de 20 % du taux de conversion via des recommandations personnalisées reposant sur l'IA

---

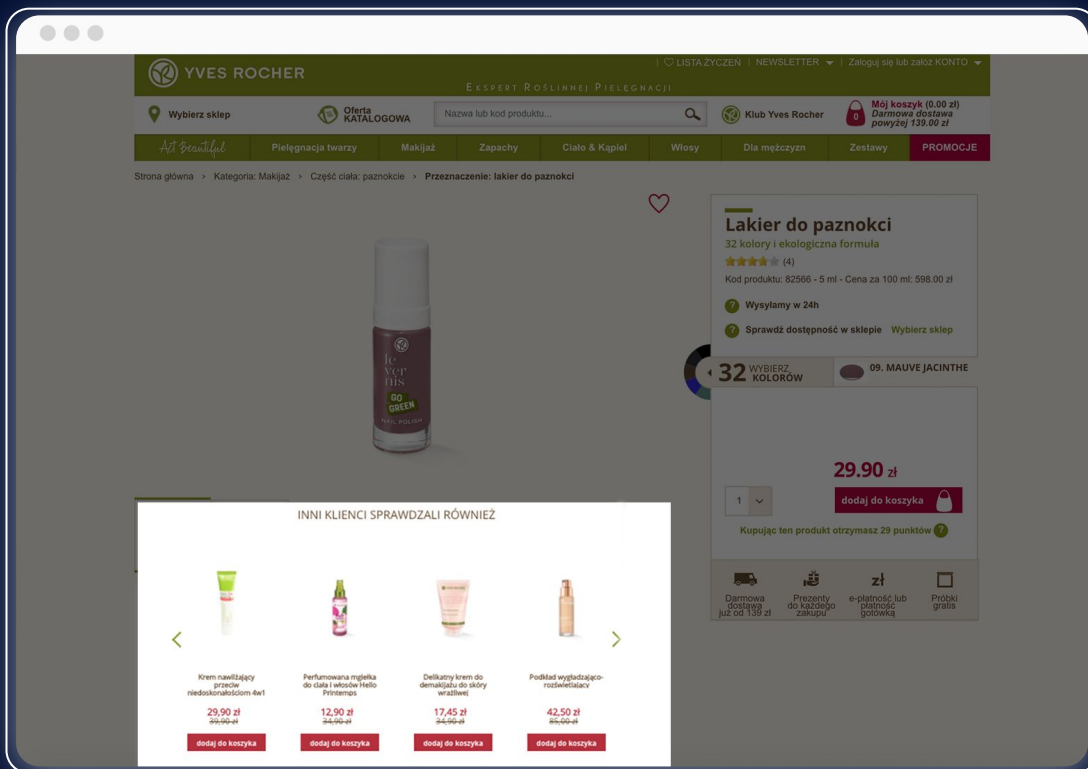
Lorsque vous proposez des centaines de produits à la vente, découvrir les produits peut s'avérer difficile. Des recommandations arbitraires ou non pertinentes peuvent nuire à l'expérience du client au lieu de l'améliorer. Yves Rocher souhaitait aider ses clients à trouver de nouveaux produits qu'ils adoreront, en particulier dans une catégorie secondaire.

Le **Smart Recommender** d'Insider développe des recommandations reposant sur l'IA pour les clients d'Yves Rocher, à l'aide de données comportementales individuelles et par segment pour promouvoir les bons produits auprès de chaque client. L'utilisation d'algorithmes différents sur différents types de pages a permis à Yves Rocher de personnaliser et d'adapter les recommandations aux besoins des clients. La marque a également obtenu des rapports plus précis sur les articles achetés grâce au widget Smart Recommender.



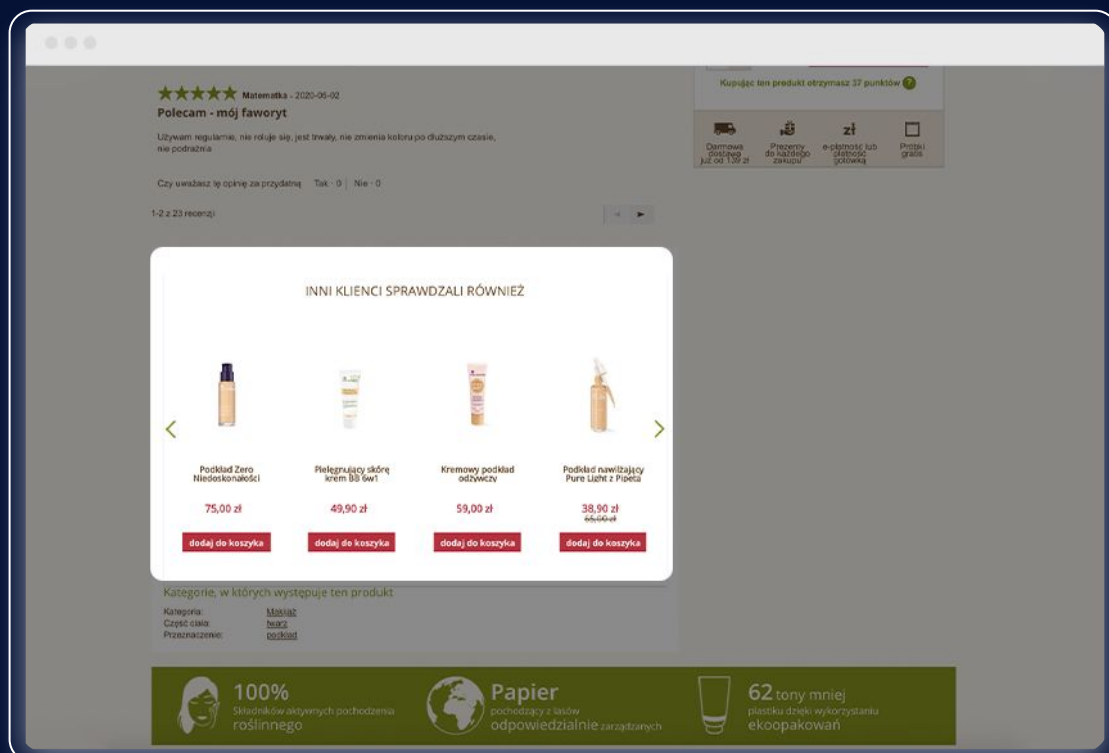
En recommandant des produits qui correspondent parfaitement aux goûts de chaque client, Yves Rocher a augmenté de 20 % son taux de conversion.





**+20%**

**Taux de conversion**



# Améliorer l'engagement avec des badges produits et du merchandising intelligent

---

Créer une expérience de magasin en ligne permet d'apporter l'expérience Yves Rocher aux clients où qu'ils se trouvent dans le monde. Yves Rocher cherchait un moyen efficace d'attirer l'attention sur les offres promotionnelles afin d'accroître l'engagement et de stimuler la conversion.

Yves Rocher a utilisé la fonction « autocollant et bannière » d'Insider qui met en évidence les catégories de produits en fonction de critères prédéterminés. Cette technique a non seulement attiré l'attention des visiteurs, mais a également permis de segmenter l'intérêt des utilisateurs pour les campagnes suivantes.

En outre, Yves Rocher a utilisé des bannières spéciales déclenchées par des critères spécifiques en incitant les clients à faire leurs achats plus fréquemment. Par exemple, les clients qui faisaient des achats fréquents se voyaient proposer des produits correspondant à leurs préférences, alors que les nouveaux visiteurs cherchaient à faire un achat rapide.

Cette fonction a permis à Yves Rocher d'améliorer son engagement global sur le site et a entraîné une hausse de 5 % du taux de conversion.

Select a store

CATALOG offer

Product name or code ...

Yves Rocher Club

My Cart (181.90 PLN)  
Free delivery over 120.00 PLN

All beautiful

face care

Makeup

Fragrances

Body & Bath

Hair

For men

sets

SALE

1 + 1 for free - take care of your complexion with double power!

Pielęgnacja twarzy

1+1 GRATIS

WODA TOALETOWA 100 ML

59 zł

OLEJEK POD PRYSZNIC

GRATIS

All products

Anti-aging care

Dry Skin

Sensitive skin

Acne skin

For men

79 products

sort by news

NOWOŚĆ

1+1 GRATIS

Gentle makeup remover for sensitive eyes with ...

Travel format

★★★★★ (24)

PLN 21.90

add to cart

NOWOŚĆ

1+1 GRATIS

Make-up removal wipes

With chamomile extract

★★★★★ (23)

PLN 29.90

add to cart

NOWOŚĆ

1+1 GRATIS

4in1 moisturizing cream against imperfections

Your ally in the fight against imperfections

★★★★★ (22)

39.90 PLN

add to cart

1+1 GRATIS

Nourishing day and night cream with calendula

Intensively regenerating cream

★★★★★ (23/1)

54.00 PLN

add to cart

1+1 GRATIS

Moisturizing mask

Immediate relief for dehydrated skin

1+1 GRATIS

Intensively firming serum

With acacia gum and crystal mesama

1+1 GRATIS

3in1 moisturizing cream for sensitive skin

Sensitive Homme

1+1 GRATIS

A beauty elixir of 100% plant origin

Effectively nourishes and regenerates mature skin

+5%

Taux de conversion

Woda toaletowa 100 ml za 59 zł

Take advantage!

Plaisir Nature Zele pod prysznic 400 ml

2+1 GRATIS

Try it!

Pielęgnacja włosów

2 za 29,90 zł

Szampony & odżywki

2 za 29,90 zł

Take advantage!

W PREZENCIE

Olejek pod prysznic 200 ml w PREZENCIE

Take advantage!

2in1 milk + tonic with extract of ...

★★★★★ (90)

PLN 16.90

add to cart

Instant detoxifying mask Elixir ...

★★★★★ (43)

49.90 PLN

add to cart

Colorless body tanning spray with ...

★★★★★ (83)

35.90 PLN

add to cart

Mango & Coriander Concentrated Gel

★★★★★ (45)

10.90 PLN

add to cart

Melon nail polish

★★★★★ (61)

PLN 6.90

Choose color (40)

# Une hausse de 18,36 % du taux de conversion via des bannières personnalisées

---

En tant que l'une des plus grandes marques de cosmétique, Yves Rocher mène de nombreuses campagnes de bannières personnalisées pour différents segments, mettant en avant des produits, des contenus et des offres pertinents pour retenir l'attention des clients.

Grâce aux campagnes de gestion de bannières d'Insider, l'équipe de merchandising d'Yves Rocher a pu personnaliser les bannières en fonction des catégories, par exemple des acheteurs réguliers de produits de soin de peau ou de nouveaux acheteurs. Yves Rocher voulait doter son merchandising de capacités de segmentation et maximiser ses performances sur le site.

Par exemple, les clients qui achetaient régulièrement des produits de soin de peau chez Yves Rocher voyaient s'afficher une sélection de produits qui correspondaient à leur goût tandis que les clients qui achetaient une sélection de produits distingués étaient dirigés vers une sélection exclusive de produits Yves Rocher.



Ces astuces de personnalisation ont généré une hausse de 18,36 % du taux de conversion.





YVES ROCHER  
HYDRA VÉGÉTAL  
Crème Riche  
Hydratation Non-Stop 48H  
*(à l'eau, à l'acide hyaluronique & à la vitamine E)*

AKSAMITNY KREM Z WODĄ KOMÓRKOWĄ  
NAWET 48 h NAWILŻENIA

Odkryj ▶

7 produktów

sortuj według nowości ▼



Przeciwzmarszczkowa esencja korygująca  
Wyciąg z pączków roślinnych pobudza odnowę i regenerację skóry.



Przeciwzmarszczkowy krem do twarzy na dzień  
Wyciąg z pączków roślinnych pobudza odnowę i regenerację skóry.



Przeciwzmarszczkowy krem do twarzy na noc  
Wyciąg z pączków roślinnych pobudza odnowę i regenerację skóry.

-26%

**+18,36%**

**Taux de conversion**



YVES ROCHER  
HYDRA VÉGÉTAL  
Crème Riche  
Hydratation Non-Stop 48H  
*(à l'eau, à l'acide hyaluronique & à la vitamine E)*

AKSAMITNY KREM Z WODĄ KOMÓRKOWĄ  
NAWET 48 h NAWILŻENIA

Odkryj ▶



ELIXIR JEUNESSE  
Sérum à l'acide hyaluronique  
à l'acide ascorbique et à la vitamine E

Oddech natury  
na Twojej skórze

Poznaj ▶



RICHE CRÈME  
Grand Soin Régénérant

BESTSELLEROWY  
KREM DLA CERY DOJRZAŁEJ  
30 DROGOCENNYCH OLEJKÓW

Odkryj ▶

# Hausse du nombre de clients potentiels grâce à une gamification des expériences

---

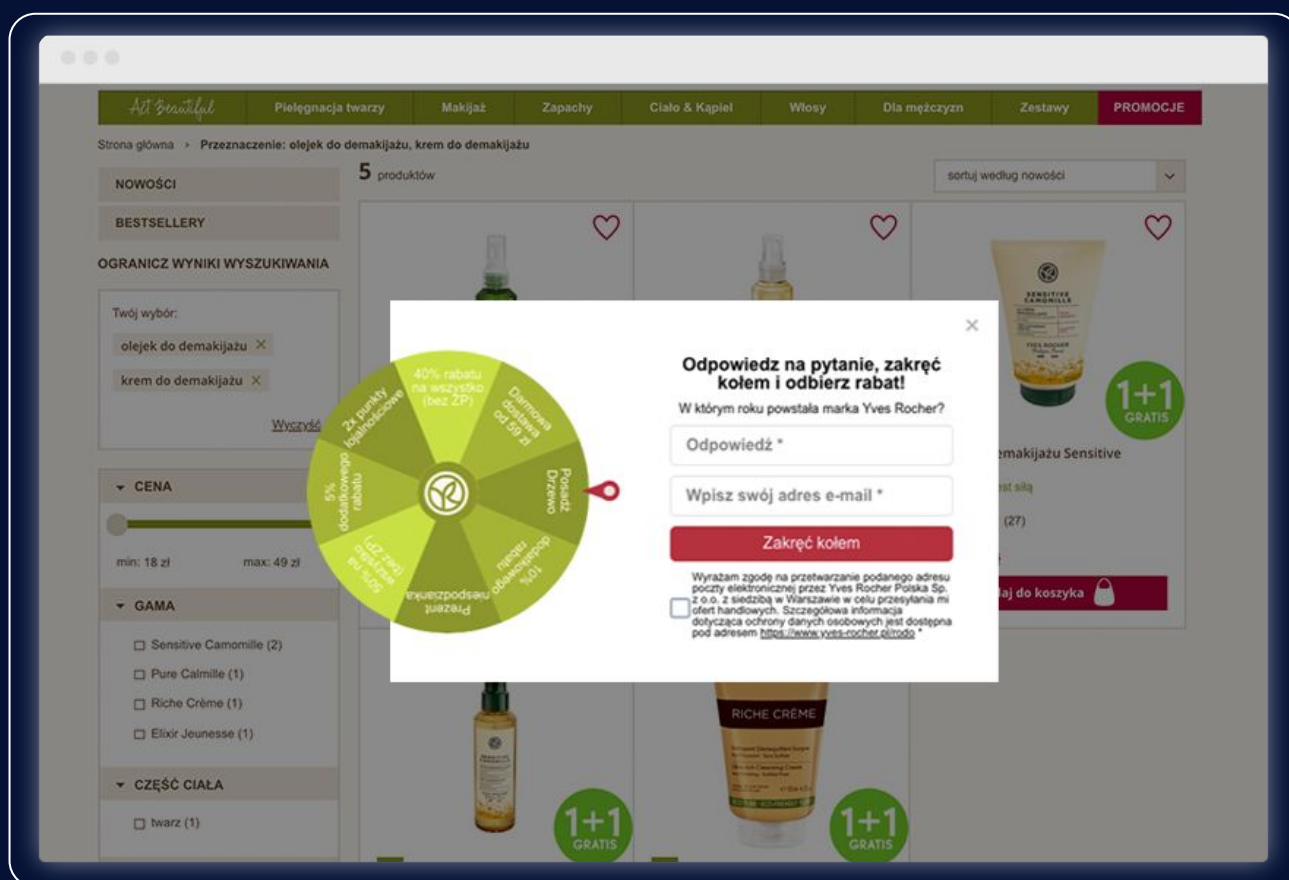
Afin d'attirer efficacement sur le site de nouveaux visiteurs et de pousser les clients à revenir, Yves Rocher souhaitait améliorer la saisie des courriers électroniques et constituer une base de données. Cette volonté a alimenté sa nouvelle stratégie d'acquisition et d'activation de clients.

En utilisant le modèle préétabli de Roue de la fortune d'Insider, Yves Rocher a pu apporter une touche ludique à son expérience en ligne, attirant l'attention de nouveaux utilisateurs et rendant chaque visite un peu particulière. La Roue de la fortune étant affichée à la sortie du site, elle permettait aussi de garder les visiteurs plus longtemps.

En 30 jours, Yves Rocher a été capable d'augmenter de 6 % sa base de données, en utilisant le widget Gamified Lead Generation d'Insider pour attirer des clients potentiels.

+6%

Opt-in  
qualifiés





## À l'avenir

---

À l'avenir, Yves Rocher travaillera en étroite collaboration avec Insider afin de créer une meilleure structure de reporting avec des résultats mieux définis, en utilisant les capacités de personnalisation disponibles sur le tableau de bord de reporting d'Insider.

Tout en cherchant à offrir un engagement holistique et personnalisé à ses clients, Yves Rocher commencera à proposer des parcours multicanaux sur Facebook, par courrier électronique, sur applications mobiles et le bureau en exploitant les capacités de micro-segmentation d'Insider reposant sur l'IA pour que l'engagement reste pertinent et contextuel.





# 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)