



ÉTUDE DE CAS



Créé en 2011, Le Slip Français est une marque de sous-vêtements Made in France. Très présente sur les réseaux sociaux, la startup vend 80% de ses produits via son site Web, le reste étant commercialisé dans trois récentes boutiques en propre à Paris et Hong Kong et un réseau de 90 revendeurs (Galeries Lafayette, Printemps, bientôt Le Bon Marché, etc.).

### LA SOLUTION

## ENGAGER AUX MOMENTS CLÉS

LE SLIP FRANÇAIS RASSURE SES VISITEURS PAR CHAT EN PHASE DE RECHERCHE ET SÉLECTION ET CONVERTIT PRÈS DE 20% DES CONTACTS EN CLIENTS



#### - CLICK TO CHAT

Le Slip Français a lancé le canal Chat sur son site web avec l'objectif d'**assister et conseiller les visiteurs aux moments critiques** de leur parcours d'achat, et ainsi de les accompagner jusqu'à la finalisation. En moyenne, le service client traite **2,5 conversations Chat simultanées**.

Le Slip Français développe une relation client par Chat fidèle à l'esprit potache et audacieux de la marque. Elle passe par un discours à la fois décontractée et exigeant : les smileys côtoient une orthographe irréprochable. Recette gagnante : **96 % des visiteurs qui chattent se déclarent satisfaits !**

Depuis l'implémentation du canal, l'équipe observe une **réduction de 20 à 30% de contacts mail et téléphone**.



#### - ENGAGEMENT

Grâce à une stratégie de ciblage comportemental tournée vers des objectifs avant-vente (réassurance, conversion, satisfaction, etc.), **63% des discussions sont initiées avant le tunnel d'achat**. La stratégie de ciblage du Slip Français est basée sur le scoring des actions du visiteur. Celles-ci sont valorisées selon cinq étapes : Accueil, Découverte, Recherche, Choix, Validation. Pour Le Slip Français, **les phases Recherche et Choix sont des zones d'engagement clés**.

Le dosage entre invitations réactives et proactives et leur personnalisation permettent d'**exercer une «pression client» adaptée** au taux d'engagement des visiteurs. Ainsi le wording des invitations change selon le contexte du visiteur pour une **expérience client 100% personnalisée**.



#### LES RÉSULTATS

↘ **20 À 30%**

de **contacts mail et téléphone** depuis le Chat

**96%**

**satisfaction globale** après un chat

**19%**

**taux de conversion** après un échange par Chat

**BONJOUR, JE SUIS TENTÉE PAR LE MODÈLE COUDE À COUDE GRIS, MAIS J'HÉSITE SUR LA TAILLE... M OU L POUR UN MARI DE 168 CM, MAIS AVEC UN CHOUÏA D'EMBOPOINT... QUE ME CONSEILLEZ-VOUS ?**

EXEMPLE D'UNE QUESTION POSÉE SUR LE CHAT



#### TÉMOIGNAGE

### 2 QUESTIONS À CLÉMENT COIGNAC

DIRECTEUR ECOMMERCE ET WEBMARKETING

#### 1 QUELLE ÉTAIT VOTRE CRAINTE AVANT DE LANCER LE CHAT ?

Nous souhaitons nous concentrer sur les demandes liées à l'avant-vente et craignons donc les questions de SAV. Mais, grâce au ciblage comportemental, nous avons réussi à nous concentrer sur ce périmètre.

#### 2 QUELS SONT VOS PROJETS AVEC IADVIZE ?

Nous nous apprêtons à lancer le chat communautaire. Nous avons fait grandir une communauté sur Facebook, Twitter et Instagram. Nous souhaitons lui permettre de répondre aux visiteurs du site notamment le soir et le week-end et ainsi créer un lien encore plus fort avec nos clients.