



# Leroy Merlin améliore la performance de sa stratégie omnicanale en proposant une expérience client personnalisée et humaine en ligne comme en magasins.



## Le leader européen du bricolage

-  Enseigne du groupe Adeco
- **114 000** collaborateurs  
**800** points de vente à travers  
**15** pays dans le monde
- **+150 000** références produits accessibles en boutiques et en ligne

## Des challenges

- **Développer la transformation de visiteurs en acheteurs.**
- Proposer une expérience conversationnelle pour convertir le site en un site relationnel
- Améliorer l'expérience omnicanale.

## proposition iAdvize

Une plateforme conversationnelle pour engager la conversation, au bon endroit et au bon moment du parcours client, avec l'ensemble des clients Leroy Merlin.

Des experts indépendants de la communauté ibbü, rémunérés par leurs marques préférées pour offrir des conseils basés sur leur expérience personnelle en journée, en soirée, la semaine comme le week-end.

# Une collaboration basée sur **le test and learn**

## Novembre 2017

Début du partenariat

- Leroy Merlin et iAdvize décident de tester plusieurs stratégies d'engagement pour trouver la solution la plus adaptée pour transformer les visiteurs en clients fidèles. Les conseils proposés sur le site viennent nourrir la réflexion des visiteurs qui, dans 50% des cas, concrétiseront ensuite leur achat en magasin.
- Des conseillers professionnels répondent sur une partie du site à propos de familles de produits très définis (ex : les douches italiennes)

## Avril 2018

Les experts ibbü

- Des experts indépendants et passionnés de bricolage, d'aménagement d'intérieur et de décoration, membres de la communauté ibbü, sont rémunérés pour répondre aux questions des visiteurs du site à toute heure de la journée, tous les jours. La stratégie est ouverte sur 12 grands univers :



- Lancement d'une stratégie d'engagement sur appareils mobiles.
- Test de la fonctionnalité web call back pour permettre aux visiteurs d'être rappelés par téléphone pour proposer du service (ex : aide à la pose d'un ballon d'eau chaude).

## Été 2018

Les conversations

- + 55 000 conversations sont traitées chaque mois sur le site Leroy Merlin, à hauteur de 36% par des conseillers professionnels et 64% par les experts indépendants

## Le bilan

- Grâce à cette approche test and learn, avec différents répondants sur différents périmètres, Leroy Merlin arrive à la conclusion que la communauté ibbü est la solution **agile pour tenir la promesse client, satisfaire les visiteurs et performer.**
- Depuis que les experts ibbü traitent des conversations, **Leroy Merlin a réussi à capter 56% d'opportunités de contact manquées avec des visiteurs manifestant un besoin d'assistance. Ainsi, la marque a réussi à augmenter son chiffre d'affaires.**

1. Données recueillies sur la base d'une enquête d'intention d'achat proposée à la fin d'une conversation

2. Données recueillies par iAdvize entre novembre 2017 et juin 2018



# Des experts triés sur le volet et une connaissance toujours plus pointue

- iAdvize et Leroy Merlin co-construisent un questionnaire pour sourcer les meilleurs experts

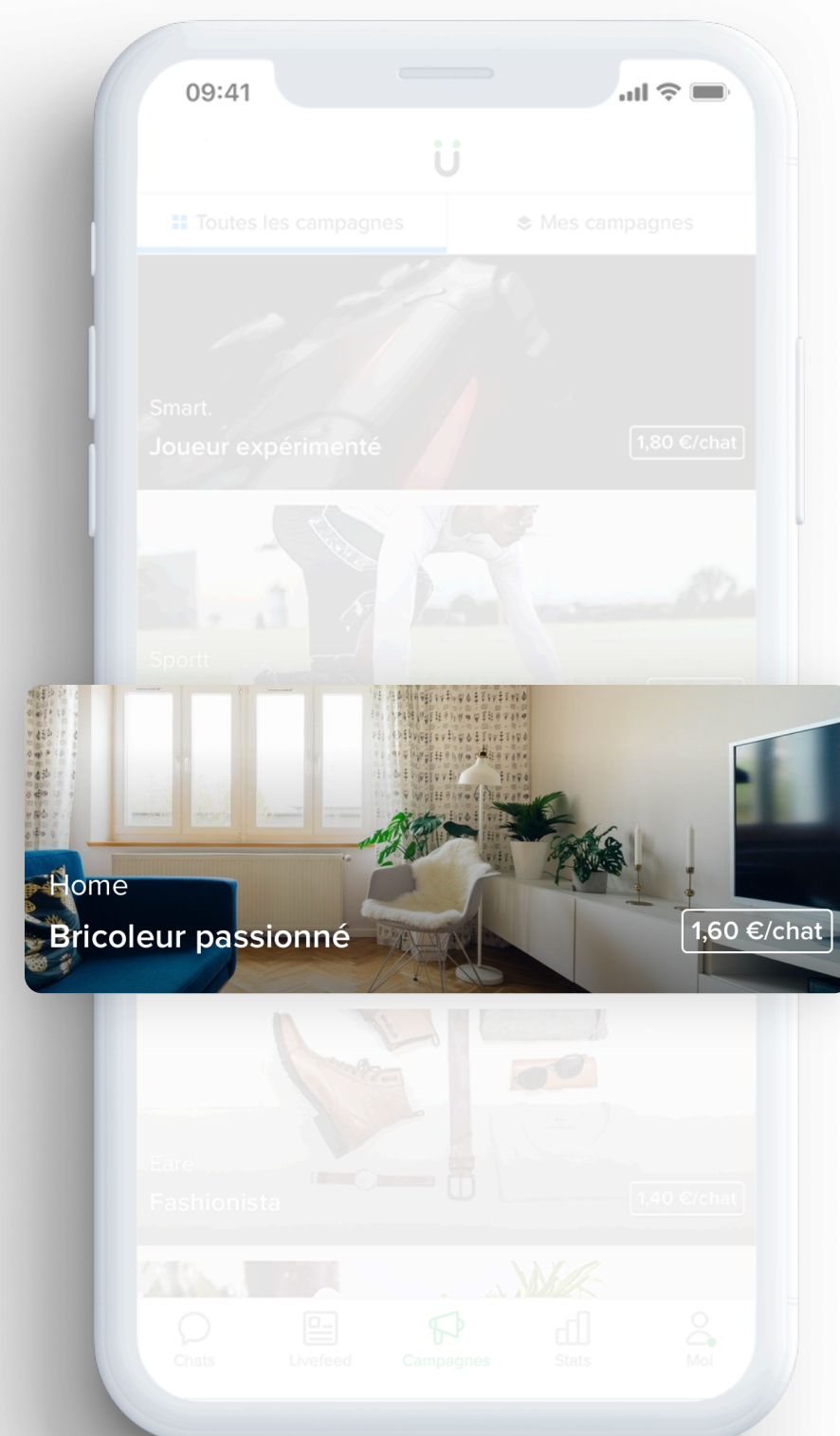
## Expert Bricolage

Leroy Merlin • **Bricolage**

Nous avons le plaisir de vous informer que vous pouvez postuler dès maintenant à la campagne de sélection pour la communauté d'experts Leroy Merlin ! Il vous suffit de passer le quiz de sélection.

Passer le quiz

- iAdvize lance 1 mission pour chacun des 12 univers couverts, pour conseiller les visiteurs du site.



- iAdvize et Leroy Merlin animent la communauté et iAdvize s'assure de l'atteinte des objectifs par les experts. Certains experts ont validé leurs connaissances pour plusieurs missions

**ibbü**

**Je suis Marion.J**

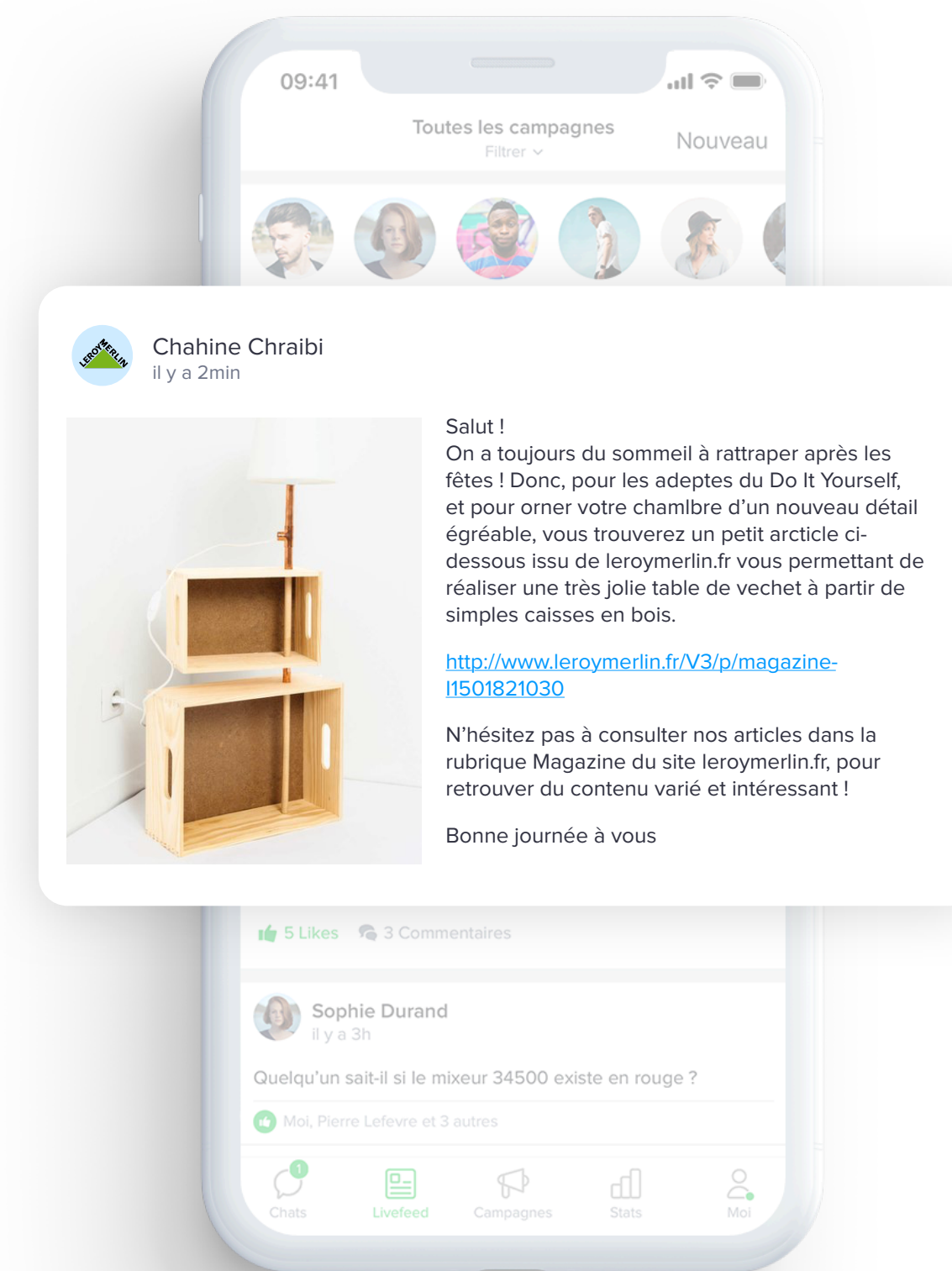
Marion.J conseille les novices comme les experts, principalement pour transmettre son expertise en bricolage

<b>84h</b> connexion à l'application ibbü chaque mois	<b>808</b> visiteurs conseillés chaque mois	<b>95%</b> satisfaction client
--	--	-----------------------------------

Demander quelque chose à Marion

😊 📎 GIF

- Leroy Merlin s'assure que les experts connaissent toujours ses produits en échangeant régulièrement avec eux via le Livefeed et recueille leurs retours sur les produits vendus au sein d'un document dédié.



# Une hausse du chiffre d'affaires et un effet drive-to-store avéré

Grâce aux experts ibbü qui chattent sur le site Leroy Merlin, la marque observe :

Après une conversation avec un expert :

Hausse de  
**37%**  
du panier moyen

Un taux de satisfaction :

**+91%**

Pour les visiteurs assistés par un expert :

Taux de conversion

**x3**

Taux de réachat

**x2.5**

**54%**

des visiteurs du site manifestent leur intention d'aller faire un achat en magasin

**5%**

du chiffre d'affaires du site est issu d'une transaction générée suite à une conversation avec un expert

## Les prochains défis

- Développer l'**autonomie client et optimiser les coûts de traitement** en associant chatbots et répondants humains
- Poursuivre **la démonstration de l'impact du messaging** sur le drive-to-store et mesurer sa valeur incrémentale
- Proposer **des formations aux experts ibbü** pour les faire monter en compétence
- Développer l'analyse sémantique pour **détecter l'intention d'achat**
- **Augmenter le CA** du site Leroy Merlin