



Comment Carrefour a augmenté ses taux de conversion de 350% grâce aux notifications Web Push

"Insider nous a permis de déployer des stratégies de manière rapide et efficace, ce qui est essentiel pour tenir notre promesse d'offrir une expérience de marque interactive et réactive. De plus nous avons toujours été en mesure de communiquer avec les équipes d'Insider pour résoudre rapidement la moindre difficulté. Les consultants d'Insider nous ont suggéré des idées vraiment novatrices, comme le scénario de récupération de panier avec les notifications push qui a augmenté nos taux de conversion de 350%. Nous savons que la plateforme d'Insider est une solution unique pour toutes nos activités online. Insider est une plateforme de marketing en constante évolution qui nous permet d'accéder aux dernières technologies - un excellent outil pour quiconque cherche à créer des expériences client impactantes !"

Michael Chen
E-Commerce Manager

Carrefour

Le groupe de distribution Carrefour emploie plus de 38 000 personnes dans 12 300 magasins dans le monde. Le groupe a récemment réalisé un chiffre d'affaires de 88,4 milliards d'euros et servi plus de 13 millions de clients autour du monde.

Dernièrement, Carrefour s'est développé sur le marché taiwanais et, dans le même temps, s'est appuyé sur la plateforme Insider.

Créez des expériences engageantes avec Insider

Offrir des expériences engageantes online et offline est un défi énorme pour l'ensemble des e-commerçants, et Carrefour ne fait pas exception. Afin de gérer efficacement la performance de leurs points de vente physiques et de leur boutique en ligne, Carrefour exploite une gamme complète de canaux et de fonctionnalités comme la messagerie mobile, les notifications push et les campagnes email pour augmenter ses revenus.

Carrefour voulait offrir des expériences personnalisées à chacun de ses clients et visiteurs. Pour se faire, la première étape était de comprendre leurs visiteurs, leurs préférences ainsi que leurs comportements en ligne. La Growth Management Platform d'Insider a joué un rôle clé dans cette réussite. En aidant Carrefour à mieux connaître ses clients, nous les avons également aidés à créer de meilleures campagnes qui fidélisent les clients et les incitent à faire des achats répétés.

Une augmentation de 350% des taux de conversion grâce aux notifications d'abandon de panier Web Push

Carrefour a décidé d'explorer les Web Push Notifications comme un nouveau moyen pour réengager les clients qui avaient abandonné leur panier. Cette méthode de réengagement des clients a permis à Carrefour de ramener ces clients perdus ou distraits en leur fournissant des offres uniques sur leurs produits favoris.

L'implémentation d'Insider a permis une hausse des taux de conversions de 350% au cours du premier mois pour un revenu incrémental de \$11 000.

Social Proof a entraîné une augmentation de 15,29% des conversions.

Carrefour s'est également appuyé sur les messages de Social Proof d'Insider pour maximiser ses taux de conversion et stimuler ses clients avec des messages très pertinents mettant en avant le nombre de personnes intéressées par un produit donné sur les différentes pages. Par conséquent, Carrefour a réussi à améliorer ses taux de conversion de 15,29% !

www.useinsider.com

info@useinsider.com