

Medallia

SEPHORA

Comment cette enseigne de prestige booste une fidélité déjà élevée

À propos de Sephora

Sephora, la chaîne de cosmétiques visionnaire, se distingue depuis longtemps par son sens de l'innovation et de l'expérience client. L'entreprise a toujours témoigné de son implication auprès de sa clientèle à travers des environnements de vente agréables et relaxants, des solutions beauté sur mesure et des services de proximité tels que le relooking gratuit et les conseils en magasin. Poussée par cette double priorité accordée au client et à l'innovation, la chaîne a décidé de mettre en place un programme de feedback client afin d'améliorer un peu plus encore l'excellence de son expérience client.

Sephora mesure la fidélité de ses clients grâce à un indicateur interne appelé le Client Loyalty Index (indice de fidélité client, ou CLI). L'entreprise a souhaité accroître son CLI en mettant en place un ambitieux programme de feedback client avec pour objectif de permettre à la direction de mieux comprendre l'expérience client en magasin, d'identifier les points à améliorer et de faciliter une meilleure formation des employés. Sephora avait besoin d'une solution agile qui non seulement l'aiderait à identifier de nouvelles opportunités en matière de produits et de vente, mais qui lui permettrait également de mesurer le succès de ses innovations.

SEPHORA EN QUELQUES CHIFFRES

- Plus de 300 magasins en Amérique du Nord
- Plus de 1 700 magasins dans 17 pays
- 4 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel
- Plus de 800 000 enquêtes collectées par an

Pour lancer son programme de gestion de l'expérience client, Sephora a adopté la même approche concertée et pragmatique que celle qu'elle adopte pour sa marque en règle générale. Elle a consulté les responsables de l'expérience client et a lancé un processus d'appel d'offres exhaustif afin d'identifier le meilleur fournisseur du marché. Sephora a choisi Medallia pour deux raisons : sa plateforme unique, conviviale et puissante, et sa compréhension du secteur du retail. Partant de zéro, Sephora a ainsi mis en place un système de « Close the loop » (faire un retour au client après un feedback) pour tous ses magasins en Amérique du Nord.

Les investissements de Sephora pour l'amélioration de l'expérience client ont porté leurs fruits. Depuis le déploiement de Medallia, pratiquement tous les indicateurs clés de l'expérience client ont connu une amélioration, notamment le Client Loyalty Index, le taux de recommandation, la satisfaction à l'égard des vendeurs, l'expérience en caisse, etc. Les taux de réponse ont augmenté et la communication avec les clients en magasin s'est sensiblement améliorée grâce à un dialogue immédiat entre les clients et les responsables.

« Medallia fait désormais partie intégrante de la culture d'entreprise de Sephora USA. Tous nos collaborateurs utilisent la solution Medallia, qui est un élément clé de notre réussite. »

Kahla Broussard
VP of Retail, Sephora

Parallèlement, Sephora utilise Medallia dans le cadre de ses processus de test d'innovation. Les équipes Sephora imaginent continuellement des services innovants pour mieux servir et satisfaire les clients, puis testent leur efficacité en fonction des feedbacks de ces derniers. Parmi les innovations récemment testées et lancées, on peut citer Color IQ et Skincare IQ, des services en magasin qui aident les clients à trouver le produit idéal pour leur type de peau et leur routine de soin. Aujourd'hui, Medallia est très ancrée dans la culture de Sephora, au même titre que la mission de l'entreprise qui consiste à créer des expériences clients positives et mémorables.

Medallia

PROBLÉMATIQUE

- La direction avait besoin d'une meilleure visibilité sur l'expérience client en magasin afin d'identifier les points à améliorer
- Sans système simple d'utilisation, les employés se sentaient peu concernés par le feedback client
- La chaîne ne disposait pas d'un système de feedback pour tester les produits et les innovations auprès de la clientèle

SOLUTION

- Une interface conviviale et des tableaux de bord basés sur les rôles renforcent l'engagement des employés et le positionnement du client au centre de l'activité
- Des outils d'analyse en temps réel permettent à Sephora de tester et de lancer rapidement des innovations et des produits




RÉSULTATS

- ✓ L'utilisateur moyen se connecte 2 à 3 fois plus souvent qu'auparavant
- ✓ Pratiquement tous les indicateurs de l'expérience client sont en constante augmentation depuis leur lancement en 2008
- ✓ Le Client Loyalty Index a augmenté de 6 %, atteignant des records dans le secteur
- ✓ Le feedback client en temps réel permet à l'entreprise de tester rapidement ses innovations



À propos de Medallia

Medallia est une entreprise innovante et leader sur le marché de la gestion de l'expérience. La plateforme SaaS plusieurs fois récompensée de Medallia, Medallia Experience Cloud, est la référence du marché en matière de compréhension et de gestion de l'expérience des clients, des employés et des citoyens. Medallia capture au quotidien les signaux d'expérience générés tout au long des parcours et émis en personne ou de façon virtuelle via les outils numériques et l'IoT, et applique une technologie exclusive basée sur l'IA pour révéler des insights personnalisés et prédictifs qui permettent de piloter l'action et de générer des résultats commerciaux conséquents. Medallia possède des bureaux dans le monde entier, notamment dans la Silicon Valley, à Paris, Buenos Aires, Londres, New York, Tel Aviv et McLean en Virginie. En savoir plus sur fr.medallia.com.

Suivez-nous :  [medallia-inc](https://www.linkedin.com/company/medallia-inc)  blog.medallia.com  [@Medallia](https://twitter.com/Medallia)