

COMMENT RÉUSSIR SA STRATÉGIE DE MARKETING AUTOMATION

PrestaShop Automation with Klaviyo



Mai Tran
Sr. Customer Education Specialist
@ Klaviyo

QUI SUIS-JE ?

AGENDA

1. QU'EST-CE QUE LE MARKETING AUTOMATION ?
2. LE POUVOIR DU MARKETING AUTOMATION
3. PRESTASHOP AUTOMATION WITH KLAVIYO : LE COMBO GAGNANT
4. QUESTIONS-RÉPONSES



1. QU'EST-CE QUE LE MARKETING AUTOMATION ?

QU'EST-CE QUE LE MARKETING AUTOMATION ?

Utiliser la technologie pour planifier et exécuter automatiquement les processus et les campagnes de marketing.



Pour moi, le marketing automation consiste à s'adresser au bon client, au bon moment, avec le bon message.”

Responsable client success
agence Noticed

2. LE POUVOIR DU MARKETING AUTOMATION

SANS MARKETING AUTOMATION**1.**

Léa visite
le site web.

2.

Léa regarde
plusieurs produits
sur
le site.

3.

Léa se distrait
et quitte le site.

SANS MARKETING AUTOMATION

- 1.**
Léa visite le site web.
- 2.**
Léa regarde plusieurs produits sur le site.
- 3.**
Léa se distrait et quitte le site.

AVEC MARKETING AUTOMATION

- 1.**
Léa visite le site web.
- 2.**
Léa voit un pop-up et s'inscrit à la newsletter.
- 3.**
Léa reçoit un e-mail de bienvenue avec un code de réduction.
- 4.**
Léa regarde plusieurs produit sur le site.
- 5.**
Léa se distrait et quitte le site.
- 6.**
Léa reçoit un e-mail lui rappelant les produits qu'elle a visionnés et son code de réduction.
- 7.**
Léa retourne sur le site et place une commande.

MARKETING AUTOMATION MAL INTÉGRÉ

- 1.** Paul visite le site web après avoir vu une publicité.
- 2.** Paul regarde plusieurs produits sur le site.
- 3.** Paul voit un pop-up et s'inscrit à la newsletter.
- 4.** Paul achète un produit.
- 5.** Paul reçoit un e-mail promotionnel avec un code de réduction pour le même produit qu'il vient d'acheter.
- 6.** Paul reçoit le produit, mais c'est la mauvaise taille. Il retourne le produit.
- 7.** Paul reçoit une demande d'avis client. Il laisse un avis négatif.
- 8.** Paul continue à recevoir des e-mails promotionnels de la marque. Il les ignore suite à sa mauvaise expérience, et se désabonne.

MARKETING AUTOMATION MAL INTÉGRÉ

- 1.** Paul visite le site web après avoir vu une publicité.
- 2.** Paul regarde plusieurs produit sur le site.
- 3.** Paul voit un pop-up et s'inscrit à la newsletter.
- 4.** Paul achète un produit.
- 5.** Paul reçoit un e-mail promotionnel avec un code de réduction pour le même produit qu'il vient d'acheter.
- 6.** Paul reçoit le produit, mais c'est la mauvaise taille. Il retourne le produit.
- 7.** Paul reçoit une demande d'avis client. Il laisse un avis négatif.
- 8.** Paul continue à recevoir des e-mails promotionnels de la marque. Il les ignore suite à sa mauvaise expérience, et se désabonne.

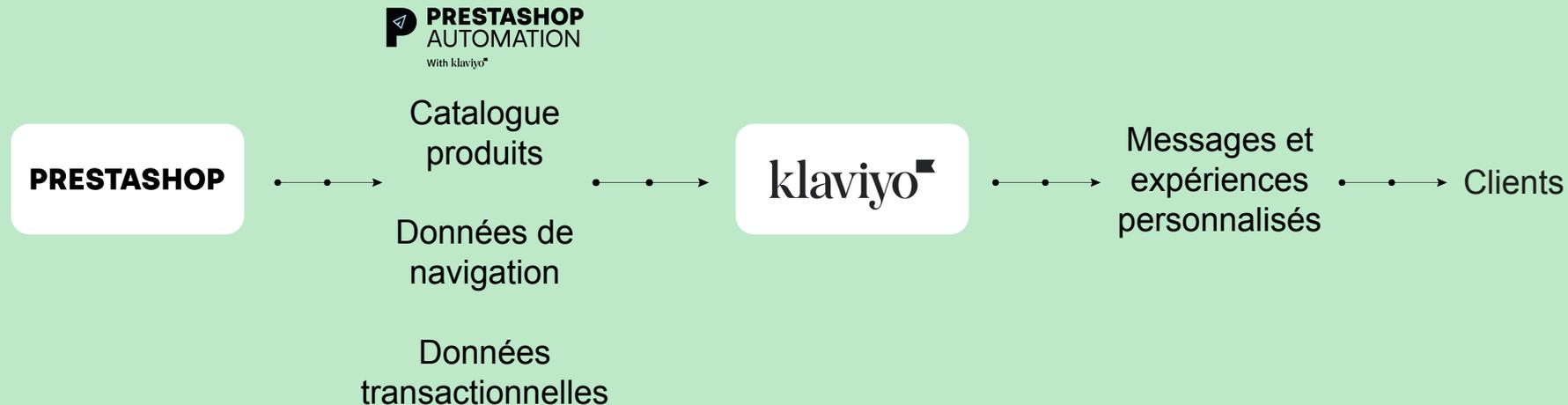
MARKETING AUTOMATION BIEN INTÉGRÉ

- 1.** Paul visite le site web après avoir vu une publicité.
- 2.** Paul répond au quiz pour trouver sa taille parfaite.
- 3.** Paul donne son adresse e-mail pour recevoir les résultats du quiz.
- 4.** Paul reçoit un e-mail de bienvenue avec sa taille, des recommandations, et un code de réduction personnalisé.
- 5.** Paul place une commande avec son code personnalisé.
- 6.** Paul reçoit le produit, qui lui va parfaitement bien.
- 7.** Paul reçoit une demande d'avis client. Il laisse un avis positif.
- 8.** Suite à son avis positif, Paul reçoit un e-mail qui lui présente le programme de fidélité. Il rejoint le programme.

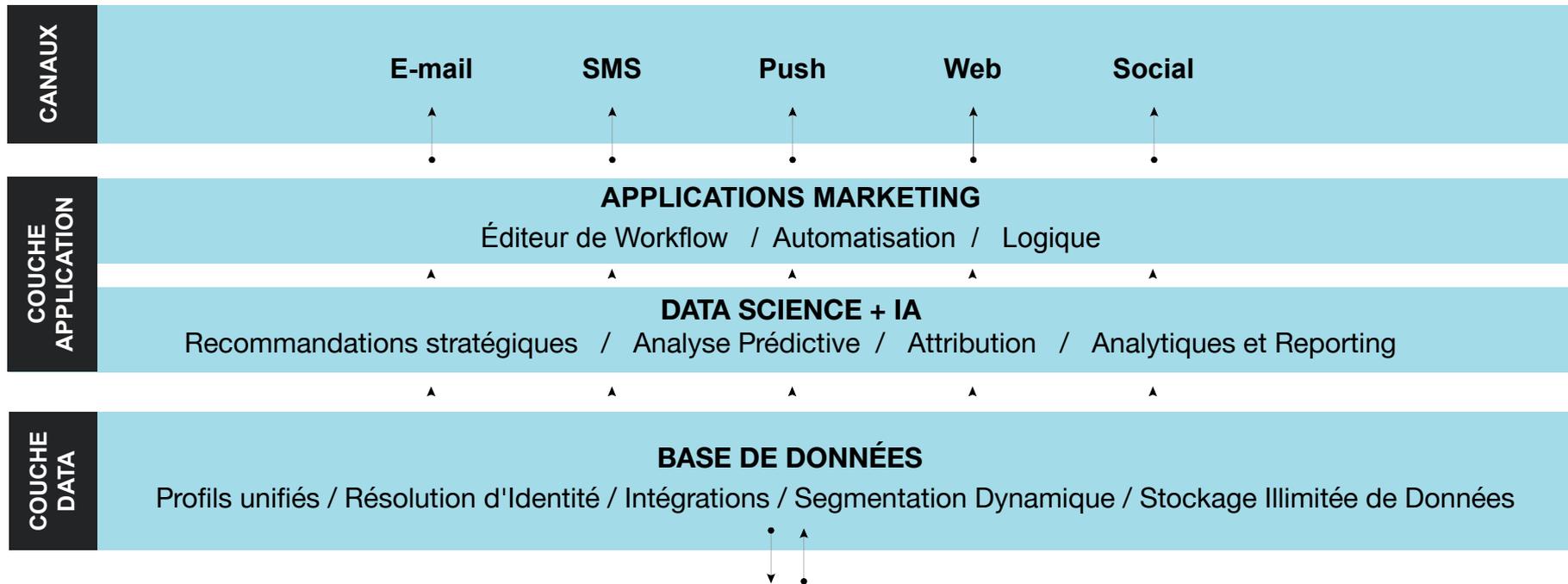
3. PRESTASHOP AUTOMATION WITH KLAVIYO : LE COMBO GAGNANT

AUTOMATISEZ VOTRE MARKETING AVEC PRESTASHOP AUTOMATION

En collaboration avec Klaviyo



KLAVIYO : PLATEFORME D'AUTOMATISATION MARKETING INTELLIGENTE



PRESTASHOP



(+300 sources de données)



CASE STUDY : LEPANTALON

Challenge

- Retenir et fidéliser les clients sans faire de soldes ou promotions

Solution

- Segmentation et personnalisation du parcours client (séquence de bienvenue par genre, recommandations dynamiques de produits...)
- Création d'un programme de fidélité natif

Résultats

- +73% taux de conversion séquence de bienvenue
- 7,5% taux de conversion séquence panier abandonné



Toutes les références à l'impact ou aux résultats de la plateforme d'automatisation du marketing de Klaviyo, qu'elles soient basées sur les revenus ou autres, sont spécifiques à un client particulier et ne sont pas censées être représentatives. Les résultats peuvent varier en fonction des circonstances spécifiques.

CASE STUDY : LES RAFFINEURS

Challenge

- Améliorer l'efficacité interne en consolidant les outils

Solution

- Remplacement de trois outils existants par Klaviyo
 - Campagnes d'e-mail
 - Automations
 - A/B tests

Résultats

- +70% revenu provenant de l'e-mail marketing



Toutes les références à l'impact ou aux résultats de la plateforme d'automatisation du marketing de Klaviyo, qu'elles soient basées sur les revenus ou autres, sont spécifiques à un client particulier et ne sont pas censées être représentatives. Les résultats peuvent varier en fonction des circonstances spécifiques.

VOS QUESTIONS, MES RÉPONSES

klaviyo[™]

Posez vos questions aux experts Klaviyo

OFFICE HOURS

RÉSERVEZ VOTRE PLACE



MERCI !

PRESTASHOP

MERCI À NOS PARTENAIRES

Globale
Smart Cross-Border™

klaviyo™

 mastercard.

 **payplug**

SnapFeat.


YATEO
Agence Interactive