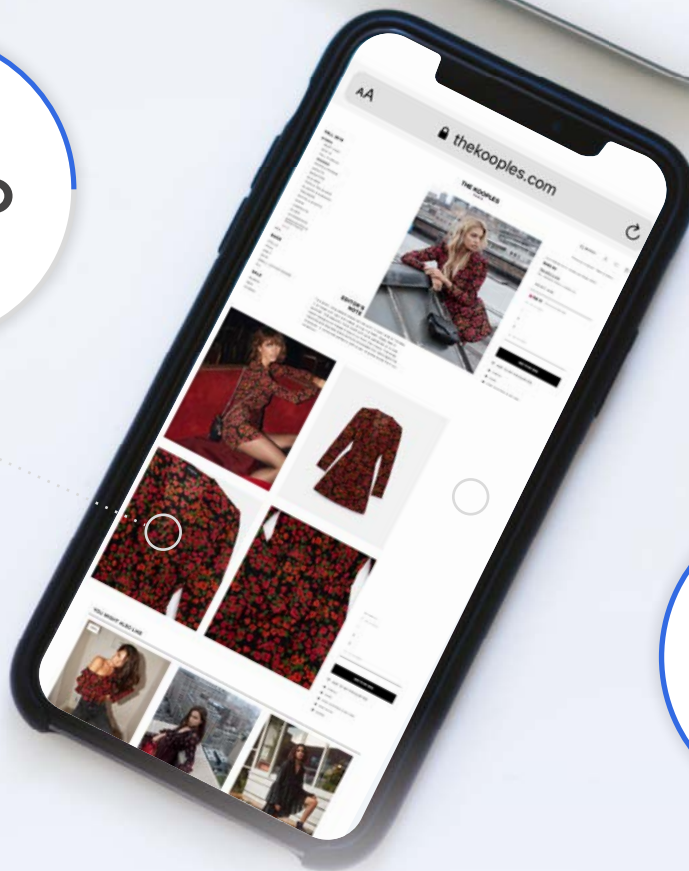


+
10%
Taux de conversion



+
9.5%
panier moyen

EB EARLY BIRDS An Attraqt company + **The Kooples**

The Kooples a travaillé avec XO pour mettre en œuvre une stratégie globale de personnalisation customer centric, pour ainsi booster la conversion à l'international.



L'omnicanalité est l'avenir du e-commerce, nous souhaitons digitaliser nos points de vente et rassembler notre stratégie. Nous incluons également le système de recommandation d'Experience Orchestration en cross-device sur nos points de vente.



*Darwin Chau, Online Country Manager Europe
The Kooples*

A propos de The Kooples

Créée en 2008, la marque française de prêt-à-porter The Kooples est rapidement devenue une référence mode mondiale. Elle se démarque par son style rock, tendance et dandy et séduit de nouveaux clients partout dans le monde avec plus de 450 points de ventes dans 36 pays.

Contexte et Challenges

En 2017, les ventes en ligne de The Kooples explosent avec une croissance supérieure à 50%. La marque souhaite aller plus loin en renforçant la personnalisation et en développant des stratégies de cross-sell et d'up-sell pour augmenter de manière significative le chiffre d'affaires.

La plateforme de personnalisation devait permettre une gestion multilingue et multidevise, mais également un découpage algorithmique différencié par région afin de répondre aux habitudes de consommation et aux stratégies commerciales propres à chaque pays visé : France, États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne et Suisse.

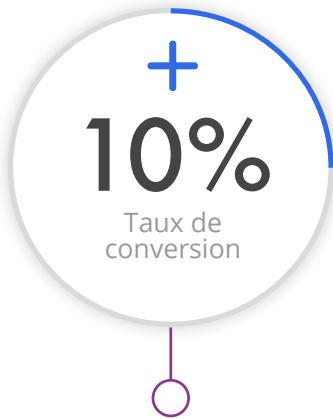
Solution

En collaboration avec Early Birds, The Kooples a pu apporter des améliorations rapides dans les domaines suivants :

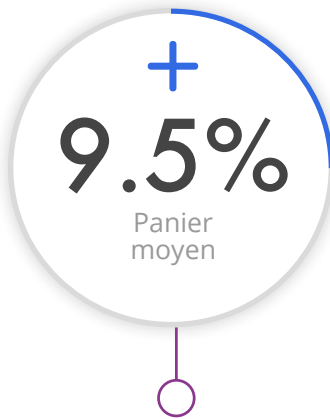


- **Une personnalisation client adaptée à chaque marché** : XO a permis à The Kooples de déployer différentes stratégies de recommandation produit pour chaque pays, de tester les résultats et de les adapter en conséquence. The Kooples a procédé à un A/B test du système de recommandations d'Experience Orchestration face à un système product centric (basé sur les best-sellers). Sur la période, l'entreprise a constaté un taux de transformation sur les modules de recommandation de plus de 10%.
- **Recommandations optimisées pour augmenter le chiffre d'affaire** : Les pages produit de The Kooples sont cruciales dans le parcours client, générant 70% des ventes en France et 55% au Royaume-Uni et aux États-Unis. En utilisant XO, The Kooples a été en mesure d'optimiser les recommandations produit avec un algorithme A/B testé customer centric basé sur des règles de complémentarité, générant une augmentation de 7,4% du chiffre d'affaires.
- **L'ajout au panier : étape stratégique** : The Kooples a également implémenté des recommandations produit basées sur le contenu du panier. Les recommandations sont suggérées via une pop-in à partir du contenu du panier et optimisées pour augmenter le montant moyen de la commande sans perturber la vente, générant une hausse de 9,1 % du C.A sur cet emplacement.

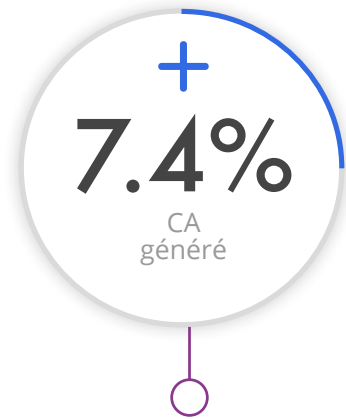
Chiffre Clés



Personnalisation différenciée par pays pour répondre aux habitudes de consommation et stratégies commerciales.



Les A/B Tests ont montré une forte hausse du C.A sur cet emplacement.



En optimisant les recommandations produits, The Kooples a vu son CA augmenter.

