

SYNERISE

Case StudyCase 4

Yes mówi "tak" platformie Synerise

Nowe technologie personalizacji wspierają
sprzedaż w najgorętszym okresie

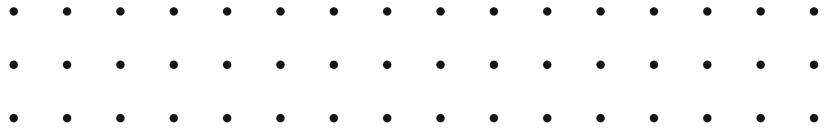


YES

Z SYNERISE OD Q4 2019

ZATRUDNIENIE: 1500 OSÓB

ZASIĘG: 160 SKLEPÓW + SKLEP ONLINE



Święta Bożego Narodzenia to najważniejszy okres sprzedażowy w roku. Zwykle nie testuje się wtedy nowych technologii, ale postanowiliśmy zaufać Synerise. W efekcie wygraliśmy wszyscy, w tym nasi klienci, którzy w kluczowym momencie otrzymywali niezwykle dopasowaną ofertę. Szybka integracja, duże wsparcie i szeroki wachlarz funkcji, to wszystko pozwoliło zrealizować zakładane przez nas cele, nie tylko te sprzedażowe.



Filip Kensbock
E-marketing Specialist, YES Bizuteria S.A.

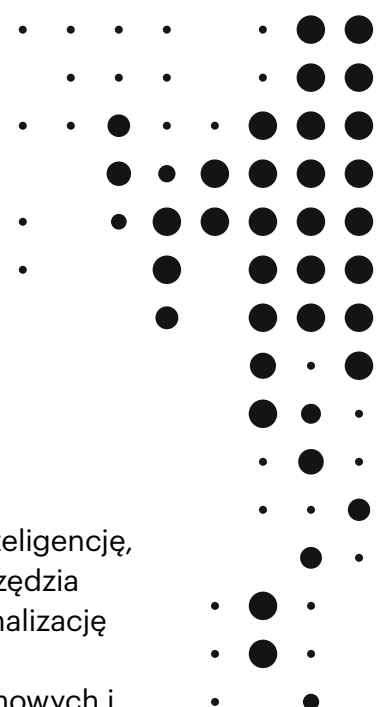
Klient

Od blisko czterech dekad YES pielęgnuje swoją umiejętność projektowania ponadczasowej, a zarazem najbardziej współczesnej biżuterii w Polsce. To właśnie chęć ciągłej innowacji i odnowy skłania YES do tworzenia autorskich kolekcji, które są odzwierciedleniem przeżyć, obserwacji i ducha czasów. Pozostając jednym z liderów branży, firma wyznacza trendy w komunikacji. Dzięki umiejętnemu wykorzystaniu najnowszych technologii, nie ustaje w dążeniu do perfekcji i zapewnieniu ekskluzywnego doświadczenia zakupowego zarówno na YES.pl, jak i w każdym ze 160 salonów YES.

Wyzwania

YES Biżuteria S.A. zmagająca się z rozproszeniem narzędzi do zarządzania sprzedażą online i cyfrowymi kanałami dotarcia do klientów. Obsługa wielu rozwiązań dedykowanych poszczególnym obszarom była czasochłonna i coraz mniej efektywna. Nie było też łatwo agregować dane z wielu systemów, by przygotować przejrzyste raporty. Sieć chciała przede wszystkim zwiększyć zaangażowanie w zakupy kolekcji autorskich oraz podwyższyć średnią wartość koszyka. Pojawiła się potrzeba znalezienia centralnego rozwiązania do analizowania ścieżek zakupowych klientów, obsługi programu lojalnościowego oraz personalizowania i wysyłek kampanii promocyjnych.





Rozwiązanie

YES wybrał platformę Synerise, która wykorzystuje dane i sztuczną inteligencję, aby pomóc firmom lepiej reagować na potrzeby swoich klientów. Narzędzia Synerise obejmują m.in. automatyzację, business intelligence i personalizację komunikacji w czasie rzeczywistym, niezależnie od skali prowadzonej działalności. Synerise zbiera dane o aktywności użytkowników anonimowych i zarejestrowanych na stronie YES.pl, na podstawie których realizuje dynamiczny scoring oraz segmentację AI i wyświetla spersonalizowane rekomendacje produktowe. Sztuczna inteligencja jest wykorzystywana także w wyszukiwarce (mechanizm AI Search Autocomplete). Platforma Synerise dostarcza również narzędzi do ratowania porzuconego koszyka, komunikacji e-mail i push oraz odpowiada za obsługę programu lojalnościowego YES Club.

Efekty

60%

zwiększenie sprzedaży w kluczowym miesiącu
grudniu

35%

wzrost średniej wartości koszyka, jeżeli
znajdują się w nim produkty rekomendowane

45%

CTR z rekomendacji

16%

odzyskanych koszyków dzięki kampaniom
e-mail

18%

spośród odzyskanych klientów konwertuje w
24 godziny po ponownym wejściu na stronę

Podjęcie współpracy

Po stronie YES przeanalizowano kilkanaście dostępnych na rynku rozwiązań, a do ostatecznych negocjacji zostało zakwalifikowanych trzech dostawców. O wyborze Synerise zadecydowała m.in. pakietowa oferta dla obu marek w portfolio YES (YES i Verona) oraz doświadczenie Synerise w pracy z innymi dużymi firmami. Zaufanie zdobyte podczas testów zaowocowało przeprowadzeniem wdrożenia w najbardziej kluczowym dla YES okresie: przed Black Friday i Świętami Bożego Narodzenia.

BIZUTERIA DLA CIEBIE



Unique - bransoletka srebrna z cyrkoniami

69 PLN



Unique - bransoletka srebrna z cyrkoniami

79 PLN



Unique - bransoletka srebrna pokryta złotem...

89 PLN



Unique - naszyjnik srebrny z cyrkoniami

89 PLN

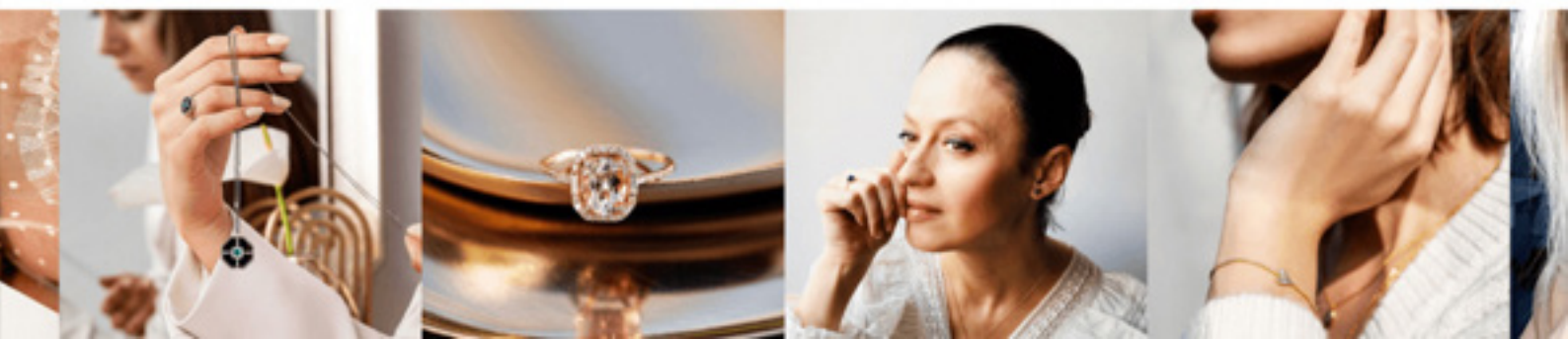


Unique - naszyjnik srebrny pokryty złotem...

109 PLN

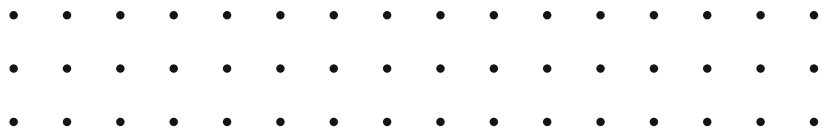


📍 #BIZUTERIAYES



Przebieg wdrożenia

BBWdrożenie odbyło się w czwartym kwartale 2019 roku. Po kilku tygodniach od rozpoczęcia prac zaobserwowano pierwsze efekty. Do końca listopada system był ustawiony i gotowy na przyjęcie największego ruchu w sezonie.

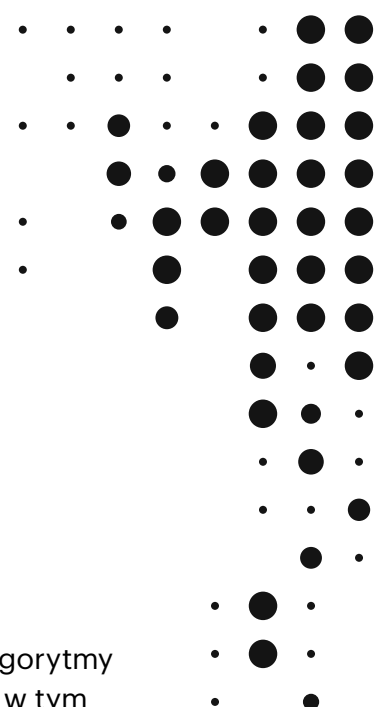


Przygotowaliśmy kompleksowy plan integracji Synerise ze sklepem internetowym YES.pl. Zadanie było wyzwaniem ze względu na krótki termin, ale udało się zdążyć przed najbardziej gorącym okresem sprzedażowym. Duża w tym zasługa zespołu po stronie YES, który wykazał się szeroką wiedzą techniczną na temat narzędzi digital oraz zapewnił odpowiednie zaplecze technologiczne. To było niezmiernie ciekawe i inspirujące doświadczenie.



Natalia Kulak

AI/MA Implementation Lead, Synerise



Wybrane kampanie

Sztuczna inteligencja dobrze kolczyki

W sklepie internetowym YES rolę doradców biżuterii pełnią również algorytmy sztucznej inteligencji. Spośród wielu produktów Synerise dostępnych w tym obszarze, wdrożono m.in.:

- rekomendacje AI produktów na stronie - elastyczne dobieranie produktów na podstawie danych behawioralnych i scoringu
- mailingi z rekomendacjami AI – personalizowane wysyłki z produktami komplementarnymi, ostatnio wyświetlanymi lub nowymi (zaciągane dynamicznie do treści maila)
- dynamiczną wyszukiwarkę AI (AI Search Autocomplete) - weryfikacja nieznanymi zapytań i dobieranie odpowiednich wyszukiwań

Co istotne, algorytmy mogą być modyfikowane przez zespół YES w zależności od aktualnych potrzeb biznesowych. Możliwość nadawania priorytetów dla poszczególnych produktów wyświetlanych w wynikach rekomendacji dobrze wpisuje się w cel producenta polegający na promowaniu biżuterii ze specjalnie zaprojektowanych kolekcji.

Zwiększenie lojalności i utrzymanie retencji

Rozwiązania Synerise dbają o utrzymanie kontaktu marki YES z klientami, a także zwiększanie zaangażowania w zakupy i powroty do sklepu internetowego. W ramach rozwiązań w tym obszarze wprowadzono m.in.:

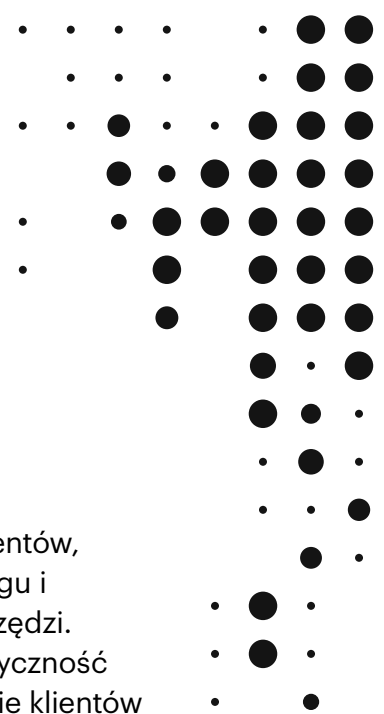
- porzucony koszyk z możliwością modyfikacji
- przypisywanie kodów rabatowych - za zapis do newslettera + urodziny

SYNERISE

- obsługę programu lojalnościowego YES Club - informacja o statusie / awansie / zmiana cen w zależności od statusu, dynamiczny scoring
- segmentację klientów w modelu analizy RFM, rozróżniającą 125 unikalnych grup klientów, w tym zagrożonych utratą lub takich, którzy kupowali dużo, ale nagle przestali
- social proof na karcie produktu
- dodatkowe komunikaty na stronie www informujące klientów o rabatach i akcjach marketingowych

Wszystkie kampanie tworzone przez YES na platformie Synerise podlegały testom A/B/X, gwarantującym uzyskanie wiedzy o najlepiej konwertującej kreacji.





Podsumowanie

Synerise wyposażył YES w centrum dowodzenia doświadczeniami klientów, jednocześnie znacznie usprawniając codzienną pracę działu marketingu i oszczędzając czas do tej pory potrzebny na obsługę wielu innych narzędzi. Szerokie możliwości adaptacji do scenariuszy biznesowych oraz elastyczność platformy Synerise pozwoliły zrealizować nowe pomysły na zachęcenie klientów do zaangażowania w zakupy na stronie YES w najbardziej wymagającym okresie świątecznym.