



Communiqué de Presse

Intelligence Artificielle

YVES ROCHER & TARGET2SELL : un partenariat sur l'Intelligence Artificielle au service de la satisfaction clients

Paris, le 23 Janvier 2019 – Yves Rocher, créateur et leader de la cosmétique végétale, avec 30 millions de clients à travers le monde, a personnalisé l'expérience client de bout-en-bout sur 12 sites internationaux avec la puissance de l'Intelligence Artificielle de Target2Sell. Résultat : des taux de clics 2x supérieurs et des revenus aidés boostés par la personnalisation.

En 2017, suite au lancement de la nouvelle version de ses sites eCommerce - incluant le site France qui a reçu le prix de la Nuit des Favori' 2018 – le Groupe Yves Rocher a accéléré sur l'expérience client via son fer de lance : la personnalisation du parcours client.

Les équipes Yves Rocher ont donc écrit un cahier des charges complet sur leurs besoins en commençant par la recommandation personnalisée de produits et lancé un appel d'offres dans la foulée.

Un processus de sélection rigoureux

Un des premiers critères de sélection était de choisir une plateforme IA capable de s'intégrer sur les plateformes CMS du groupe de façon la moins intrusive possible d'un point de vue technique, tout en ayant un niveau de performances ne nuisant pas à l'expérience client - cela aurait été à l'inverse de l'objectif initial ! Elle devait aussi pouvoir se déployer à l'international rapidement - tout en auto-apprenant sur les pratiques locales de navigation et d'achat.

De plus, il s'agissait pour les équipes marketing de Yves Rocher de pouvoir basculer d'un mode merchandising "rule-based" - i.e basé uniquement sur un moteur de règles qui est sujet à l'aléa de choix humains, et difficilement gérable sur le long terme d'un point de vue opérationnel - vers du "AI-based", capable de traiter automatiquement des millions de points de données journaliers. Qu'implique ce changement de paradigme concrètement ?

Tout d'abord, les choix des produits recommandés sont calculés automatiquement par l'IA sur la base de données de navigation, d'achats online, des avis ... Les équipes de merchandising viennent ensuite influencer sur la recommandation en définissant les règles métiers. Par exemple, avec une règle comme "ne recommander sur les fiches produit de la catégorie monoï que des produits à base de monoï".

Ensuite, le merchandiser devait avoir à sa disposition une plateforme IA qui permet :
1/ de comprendre les logiques qui ont conduit à tel ou tel produit, sur la base algorithmique choisie sur laquelle sont venus se greffer les règles métiers : Target2Sell via son back office et une

extension Chrome permet au merchandiser de comprendre ces logiques afin d'évaluer leur pertinence et les configurations effectuées

2/ de juger les performances sur de la donnée - c'est le data-driven marketing : des KPIs clairs avec des rapports automatisés détaillés qui permettent de prendre des décisions

3/ de tester différentes stratégies en parallèle : un environnement d'A/B test intégré pour gagner de l'incrémental de façon raisonnée

De plus, l'accompagnement par un éditeur à la fois expert de l'IA, mais aussi du métier du Retailer - et avec une capacité de support international – devait permettre aux équipes de tous les pays de s'approprier la solution et d'avancer en mode Test & Learn.

« Deux points importants aussi ont été la relation commerciale de confiance qui s'est établie au fil du processus de sélection, et les prises de référence en direct avec d'autres clients » relate Cécile Brin, Responsable Onsite Performance chez Yves Rocher et responsable de l'appel d'offres.

A la suite de ce processus, l'éditeur Target2Sell a été sélectionné, non seulement en tant que fournisseur, mais pour devenir un vrai partenaire en accompagnant Yves Rocher de façon continue sur l'appropriation de ces technologies d'IA et l'optimisation des résultats.

Intégration progressive et Test A/B

L'intégration a ensuite été réalisée sur les 2 plateformes techniques du Groupe, et sur 12 pays, en commençant par remplacer les zones manuelles existantes, puis en ajoutant de nouvelles zones suite à des analyses métiers conduites avec les équipes de Target2Sell sur la base de Best Practices.

Un Test A/B a aussi été mené sur le second site de Yves Rocher en terme de trafic : ~~la Russie~~. Les encarts de recommandations produit Target2Sell vs. les recommandations manuelles ont été en particulier sur 2 espaces clés à fort trafic – la page Produit et la popin d'ajout au panier, avec des résultats obtenus de façon statistiquement fiables en deux mois de test : **un taux de clic x2 sur les 2 espaces, et un revenu généré avec l'aide des recommandations 10 fois supérieur sur la page produit, et 2,5 fois supérieur sur la popin !**

De plus, Cécile Brin ajoute "L'IA appliquée au e-Commerce est un élément dorénavant indispensable pour comprendre ses clients et les accompagner de façon pertinente dans leur parcours de découverte et d'achat. Target2Sell nous a permis de franchir une nouvelle étape dans l'optimisation de la performance onsite.

What's next ?

Suite à cette première étape, les équipes d'Yves Rocher ont lancé de nouveaux projets avec Target2Sell pour pousser la personnalisation vers d'autres zones stratégiques du parcours clients, en particulier le tri personnalisé sur les pages catégories et des expériences immersives sur la recommandation personnalisée de contenus à ses clients !

A propos de Target2Sell

Target2Sell est la première plateforme ouverte & temps réel d'Intelligence Artificielle dédiée à l'hyper personnalisation de l'expérience client, sur tous les canaux digitaux et sur toutes les solutions de commerce des marchands. Déjà plus de 450 sites de retailers (Sephora, Galeries Lafayette, Yves Rocher, BUT, Micromania, Auchan, Monoprix, Camaïeu, Etam, Manutan ...) l'ont adopté et décuplent leurs ventes : rejoignez-les dans la révolution du Commerce 1to1 !

En savoir plus :

www.target2sell.com

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/target2sell/>

Twitter : @target2sell

Contact : Arnaud Chevalier, Chief Marketing Officer, arnaud@target2sell.com, +33 (0)6 08 67 84 58