

# CAMPAGNES PROMOTIONNELLES UN ROI 2 À 3 FOIS SUPÉRIEUR AVEC KAMELEON PREDICT™



Secteur  
**E-COMMERCE**



Device  
**DESKTOP**



Ciblage prédictif  
**PROBABILITÉ DE CONVERSION  
DES VISITEURS**



CA  
**+ 50 %**



ROI  
**x2 À x3**



**PRÉSENTATION**

Cdiscount est le leader français de l'e-commerce, avec 19 millions de visiteurs uniques mensuels et plus de 3,4 milliards de volume d'affaires en 2017. Au total, ce sont 40 millions de produits qui sont mis en vente annuellement sur la plateforme.



**OBJECTIF**

Maximiser le ROI des campagnes promotionnelles

## ENJEU

Calculer en temps réel la probabilité de conversion des visiteurs du site



## SOLUTION

Kameleoon Predict™

Dans un contexte concurrentiel très intensif où les prix sont tirés vers le bas, Cdiscount mise sur la qualité du service et l'innovation. Pour répondre aux attentes de clients de plus en plus promophiles, Cdiscount lance régulièrement des campagnes promotionnelles sous forme de bons de réduction accessibles à tous ses visiteurs.

Afin d'augmenter l'impact de ces promotions tout en améliorant l'expérience sur son site, Cdiscount a décidé de ne plus adresser ces campagnes promotionnelles fréquentes de manière indifférenciée à tous les visiteurs, mais de cibler uniquement les indécis, identifiés par Kameleoon Predict™.



*Nous nous sommes appuyés sur les algorithmes prédictifs de Kameleoon pour identifier l'appétence d'achat des visiteurs afin de maximiser la performance de nos campagnes promotionnelles. L'idée est de proposer nos bons de réduction non plus de manière massive, mais ciblée en fonction de la probabilité de conversion des visiteurs.*

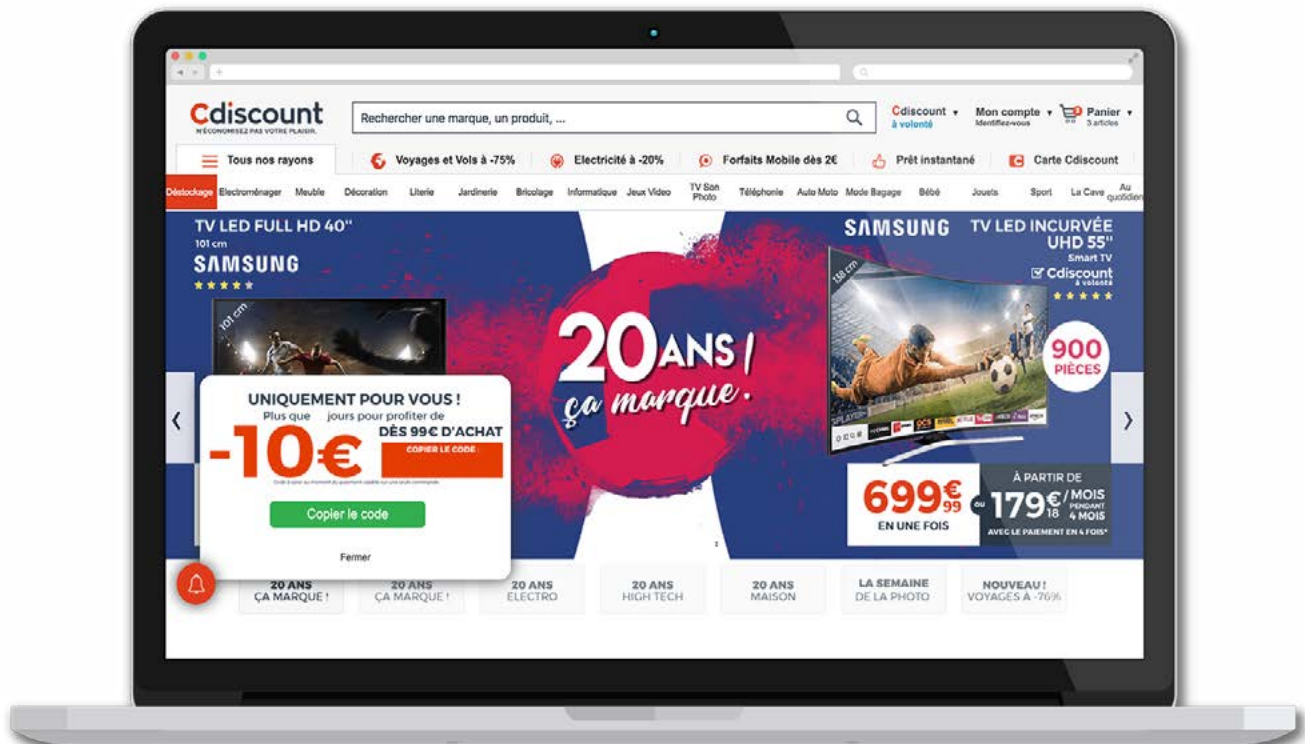
*Après une première période d'apprentissage, l'amélioration des performances est apparue très rapidement. La première campagne a montré un ROI deux à trois fois supérieur à celui d'une campagne promotionnelle classique.*



**Ferdinand Tomarchio**  
Directeur Commercial,  
Cdiscount

## Objectif et paramétrage de la campagne

Pour inciter ses visiteurs à l'achat, Cdiscount propose par exemple un bon de réduction personnalisé de 10 €, dès 99 € d'achat. **L'objectif de l'I.A. de Kameleoon est d'identifier les visiteurs indécis avec une intention d'achat de panier supérieur à 99 €.**



La performance des campagnes pilotées par le ciblage prédictif est calculée avec le ratio de ROI :

$$\frac{\text{CA additionnel généré}}{\text{coût des bons de réduction}}$$

et comparée à ce même ratio de ROI pour les campagnes promotionnelles classiques.

## Résultats

// *Avec Kameleoon, nous pouvons diviser par 2 nos coûts promotionnels !*

//



**Ferdinand Tomarchio**  
Directeur Commercial,  
Cdiscount



Grâce à Kameleoon Predict, le ROI de nos campagnes promotionnelles est multiplié par 3

## Amélioration de l'ensemble des KPIs

### CA additionnel conséquent

Une campagne ciblée génère en moyenne 50 % de CA de plus qu'une campagne classique.

### Très forte augmentation de la rentabilité

En ciblant plus précisément les visiteurs en fonction de leur intention d'achat, Cdiscount fait un meilleur usage des bons de réduction en ne les offrant qu'aux visiteurs pour lesquels ils sont pertinents. La rentabilité des campagnes (ROI) est **en moyenne 2 à 3 fois supérieure** à celle des campagnes massives lancées sans ciblage.

### Meilleure orchestration des campagnes promotionnelles

Grâce à Kameleoon Predict™ et son analyse en temps réel de l'ensemble des données d'intention, les équipes Cdiscount peuvent automatiser l'orchestration de leurs campagnes promotionnelles, et ainsi gagner un temps précieux pour se consacrer à la stratégie.

### Amélioration de l'expérience client

Une pression marketing trop importante est la raison principale pour laquelle les internautes se désintéressent d'une marque. En ne ciblant que les visiteurs pour lesquels l'offre est potentiellement pertinente, Cdiscount s'assure de leur proposer une expérience cohérente sur l'ensemble du parcours client et de les fidéliser.

## Prochaines étapes

**//**  
*L'application des algorithmes d'I.A. de Kameleoon à la gestion de nos campagnes promotionnelles a une incidence très favorable sur notre CA et le contrôle de notre investissement promotionnel. Nous intensifions désormais leur utilisation à de nouveaux cas d'usage : variation des bons de réduction en fonction du panier moyen, application aux frais de livraison... Nous avons également de nombreux projets de diversification sur nos messages de stress, le push de messages marketing et la recommandation produit.*

**//**



**Ferdinand Tomarchio**  
Directeur Commercial,  
Cdiscount



© Kameleoon, 2019

### CONTACTEZ-NOUS

📍 Kameleoon  
12, rue de la Chaussée d'Antin  
75009 Paris

☎ 01 83 62 20 50  
✉ [info@kameleoon.com](mailto:info@kameleoon.com)  
🌐 [www.kameleoon.com](http://www.kameleoon.com)

### SUIVEZ-NOUS



La ressource essentielle pour comprendre les enjeux marketing de la personnalisation I.A.

