

サボンNYC 35% 売上上昇

象徴的なバス&ボディの小売業者は、パーソナライズされたホリデーショッピング体験を提供しています。

要約

SABONは、バス&ボディ製品で知られるブティックチェーンで、9カ国に130以上の店舗を展開しています。同社は、1年で最大のショッピングウィークエンドの期間中にコンバージョン率を高め、売上を最大化することを目指していました。Dynamic Yieldのパーソナライゼーション技術スタックを使用して、SABONはセグメントごとにパーソナライズされたホームページオファーを提供し、売上を35%増加させました。

結果

35%

ブラックフライデーの売上

20%

ホームページからの売上

35%

トータルページアップビュー率



“Dynamic Yieldのおかげで、ホームページを以下のように最適化することができました。セールスファネルを介してユーザーを誘導することができます。理論化するのではなく、さまざまなプロモーションをテストすることができます。戦略を練り、重要な意思決定をリアルタイムで行うことができました。”



挑戦

サボンは、年末を迎える前にコンバージョン率とオンライン販売を高める方法を模索していました。

サボンは、休日の大量のトラフィックを最大限に活用したいと考えていましたが、トラフィッククラッシュがわずか数日で終わることを知っていました。

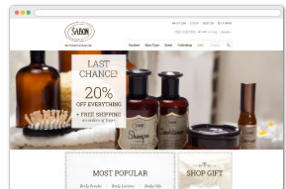
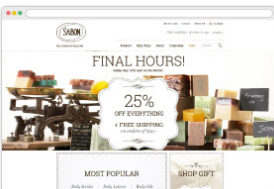
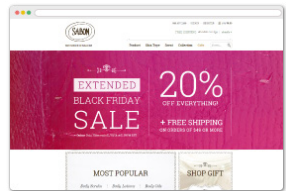
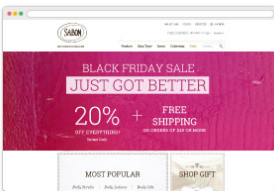
サボンは、このような重要なショッピングの日に自動的に機能し、社員がオフィスから離れていても、コンバージョンの可能性に基づいて最適な商品やプロモーションにトラフィックを誘導するソリューションを探していました。

取り組み

サボンは、動画やプロモーションアイテムを含むホームページ上のホリデーオファーをパーソナライズした。彼らはホームページを単位に「分解」し、ホリデーオファーの異なるバリエーションとしてダイナミック・イールドのシステムにアップロードした。

チームは視聴者グループを定義し、各グループが見る自動表示ルールを作成し、Dynamic Yieldの最適化アルゴリズムにリアルタイムで表示するための最適なバリエーションを選択させました。

このプロセスは100%マーケティング主導で行われ、技術的な作業やクリエイティブな作業はほとんど必要ありませんでした。その時点から、Dynamic Yieldの自動化エンジンは、リアルタイムの結果と洞察に基づいて、ユーザーごとに最高のパフォーマンスを発揮するバリエーションを動的に配信しました。



結果

訪問者にパーソナライズされたオファーを表示し、リアルタイムのインサイトを活用することで、サボンには、リピーターの顧客が過去の購入に基づいて単品のプロモーションをクリックする傾向が最も強いことを知りました。

自動化された最適化エンジンは、これらの調査結果を適用し、次のような結果をもたらしました。

- ブラックフライデーの週末に35%の売上アップ
- ホームページの注文金額が20%アップ
- 総ページビュー数の35%アップ

Sabon は引き続きパーソナライゼーション技術を活用し、高度にカスタマイズされたオンサイト体験を提供することで、リピーターの増加とエンゲージメントの向上に貢献しています。



Dynamic Yieldのパーソナライゼーション・テクノロジー・スタックは、Web、モバイル・アプリ、およびEメールの各顧客インタラクションをパーソナライズすることで、マーケティング担当者の収益増加を支援します。当社の高度な顧客セグメンテーション・エンジンは、機械学習を使用してリアルタイムで実用的な顧客セグメントを構築し、マーケティング担当者がパーソナライゼーション、製品/コンテンツの推奨、自動最適化、リアルタイム・メッセージングを介して即座に行動を起こすことを可能にします。

デモをリクエスト

dynamicyield.com | info@dynamicyield.com

