

Sephora Digital SEAが美容をパーソナライズ

世界中の美容ファンに愛されるブランドが 82のライブエクスペリエンスを強化、Dynamic Yieldにより、6倍のROIを達成

要約

世界中にファンを持つジェネリックとファストファッションの象徴的なブランド、セフォラSEAは最高の顧客体験を提供することへの確固たるコミットメントを実現しました。

パーソナライズされた特徴を作成するためには店内での経験 Sephora SEAの買い物客はオンラインで、美容小売業者は、パーソナライズするために Dynamic Yieldを選びました。製品の推奨事項、デジタルチャネルの最適化を実現しやすく、一貫した体験を作り上げるチャンネルとして大きな変化に挑戦しました。



結果

82 ライブエクスペリエンス
Dynamic Yieldの影響

6X ROI
PDP に推奨されて

SEPHORA

「Dynamic Yieldにより、セフォラSEAのお客様は美容ニーズに合った適切な製品をシームレスに発見。パーソナライズはeコマース戦略の中核です。Dynamic Yieldと提携することで、それを作り上げることができます。」

Alexis Horowitz-Burdick, Managing Director



挑戦

セフォラの店舗の魅力と利便性を捉えたオンラインとモバイルの体験を作るために、美容小売業者セフォラはソリューションを必要としていました。

- ・ 個々のユーザーに適した製品を迅速に表面化
- ・ 長い開発サイクルから解放され、ウェブサイトの変更を迅速に実施
- ・ 予測できないユーザーを購入の道へと導く
- ・ チェックアウトフローを最適化し、シームレスなコンバージョンを実現
- ・ オンラインとオフラインのチャネルを接続して、1つのまとまりのあるカスタマージャーニーを実現

これらを実現するために彼らはDynamic Yieldを選んだのです

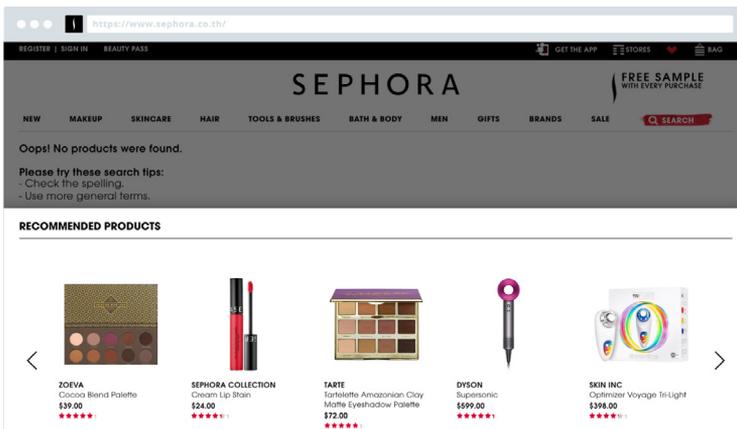
実行

1. 「検索なし」結果の推奨事項を提供して、ユーザーを元に戻します。

ユーザーが製品ページを検索しても結果が表示されない場合、ユーザーは購入せずにウェブサイトアクセスし、コンバージョンの途中から抜けます。このシナリオを回避するために、セフォラSEAはDynamic Yieldを使用して「いいえ ユーザーのコンテキストに基づいた関連する推奨事項を含む検索結果、を選択させました」

Webサイトの動作に応じて、ユーザーは最近閲覧したアイテムを選びます。

Sephora SEAの最も人気のある製品のサンプルです。この戦略は成果を上げ、より多く転対照グループに対する誘導ページビューと30%が返品のカート料金に追加されます。すべての市場の訪問者を対象にしています。

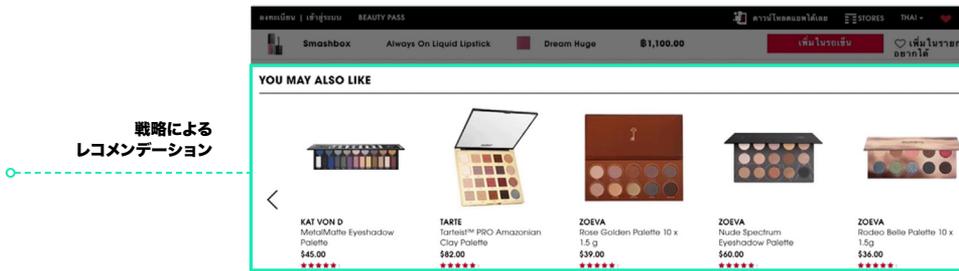


2.機械学習を活用したパーソナライズされたPDP推奨事項を展開しました。

ユーザーが最も関連性の高い製品をシームレスに見つけられるように、Sephora SEAはアジアの8つの市場でPDPを最適化します。各国では、ユーザーが表示されました。

3つの別個の戦略に基づく推奨事項：一緒に購入した類似商品そして自動化

最も成功した推奨アプローチは市場によって異なるため、Dynamic Yieldの適応的な推奨事項により、データが処理され、展開されました。ユーザーがカートにアイテムを追加することに基づいた、各市場で最高のパフォーマンスを発揮する戦略です。Dynamic Yieldの推奨エンジンがCTRを強化しました。4%以上、最終的には\$ 1ごとに\$ 6.50を超える直接収益を示します。大規模な収益の増加と発展の結果として時間を節約し、Sephora SEAはDynamic Yieldウェブサイトのトラフィックの100%を出しています。



3.ロイヤルティサインアップを促進するための最適化されたチェックアウトメッセージング

Beauty Insider プログラムのメンバーシップを高めるために、セフォアSEAは2つのテストを行いました。コピーのバリエーション（まだメンバーではないユーザーにのみ提供）両方をテストセッションごとの申し込みと収益。バリエーション1はいくつかの国で決定的に優れたパフォーマンスを示し、バリエーション2は最高のパフォーマンスを示しました。

オーストラリアでは変動のパフォーマンスは一部のオーディエンスセグメントに依存していた市場。Sephora SEAはDynamic Yieldの最適化プラットフォームの柔軟性を使用してそこにあった市場でトラフィックを手動で誘導することにより、それに応じて経験を調整する自動化された最適化に依存しながら、最高の結果をもたらす明確な勝利のバリエーションパフォーマンスが混在する市場になります。

バリエーション A	バリエーション B
<p>NON-MEMBER</p> <p>Sign up for free to earn points for this purchase and enjoy these perks:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Welcome gift voucher + 50 bonus points✓ Exclusive member sales and events✓ Redeem points to get discounts, gifts + more <p>SIGN UP NOW</p> <p>OR</p> <p>CHECKOUT AS GUEST</p>	<p>NON-MEMBER</p> <p>Sign up for free to earn points for this purchase and enjoy these perks:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Fast + easy checkout✓ Create your own wish list✓ Track your orders + view past purchases <p>SIGN UP NOW</p> <p>OR</p> <p>CHECKOUT AS GUEST</p>

重要なポイント

何十年もの間、企業はタッチポイントの観点からカスタマーエクスペリエンスを構築してきました。顧客がビジネスに従事する個々のトランザクションからです。しかし、チャンネルとして Sephora SEAのような精通したブランドは、顧客のエンドツーエンドに集中してよりよいものを目指しています。

多くの場合、アナログとデジタルの両方で発生する道のり。真のエンドツーエンドのパーソナライズを実現するために、セフォアSEAは統合を開始しています

Dynamic Yieldを使用したCRMデータ。この取引履歴をオンボーディングすることにより、セフォアSEAは次のことができます。過去の店舗での購入に基づいて個別に調整されたオンラインエクスペリエンスを提供します。オフラインとオンラインのデータを統合して、買い物客はセフォアの世界を訪れ、楽しんで買い物をするすることができます。多くの女性が正確に正しい外観を見つけ、最終的にオンラインコンシェルジュのお手伝いによってを受け、メイクアップで彼女のスタイルに合ったおすすめのエクスペリエンスを楽しんでいます。



Dynamic Yieldのパーソナライズテクノロジースタックは、ウェブ、モバイルアプリ、メールでの各顧客とのやり取りをパーソナライズすることで、マーケティング担当者が収益を増やすお手伝いをしています。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実用的な顧客セグメントをリアルタイムで構築し、マーケティング担当者がパーソナライズ、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できるお手伝いをしています。

デモはこちらから

あなたのサイトの収益を増やせると確信しています

dynamicyield.com | info@dynamicyield.com

