

Comment l'analyse des données clients permet d'améliorer les performances e-commerce d'un site et d'une application ?

Arrivé sur le marché de la vente de vin en ligne en 2016, **TWIL** propose une application et un site e-commerce avec plus de 15 000 références.

Réseau social autour de la viticulture, TWIL souhaite rapprocher le consommateur du producteur avec la création de nombreuses fonctions dans son application mobile : découverte, partage, cave virtuelle, conciergerie... Des fonctions adaptées à tous les amateurs de vin, du novice au confirmé.

TWIL souhaite augmenter le nombre d'utilisateurs de l'application ainsi que le nombre d'achat sur le site et l'application.



RÉSULTATS

+200%

de téléchargements de l'application sur la période d'Août à Décembre 2018, par rapport l'année précédente.

+60%

de commandes.

+102%

de clients.



CHALLENGES

Comprendre les variations du marché et les comportements des utilisateurs et clients pour **trouver les meilleurs leviers.**

Proposer des solutions pour **amener un trafic qualifié** sur l'application.

Transformer les utilisateurs en acheteurs et les acheteurs en ré-acheteurs.

AUDIT DE L'APPLICATION

Propositions d'optimisation du parcours clients et propositions de gamification pour une meilleure rétention.

ANALYSE DE DONNÉES DE VENTE ET CLIENTS

Comprendre le marché et adapter la stratégie en fonction des variations saisonnières.

Identifier des schémas comportementaux pour attribuer des scores aux clients afin de mieux les fidéliser et les réactiver.

MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE TOP FUNNEL

Acquisition de trafic qualifié et de téléchargements de l'application.

CONVERSION DES UTILISATEURS DE L'APPLICATION EN ACHETEURS

Création d'un funnel de mails automatiques.
Augmentation de la conversion vers l'achat et le réachat.