

Balibaris a boosté ses conversions grâce à AB Tasty

Balibaris est une marque française de prêt-à-porter masculin connue pour ses offres de « luxe abordable ». La marque s'est associée à AB Tasty pour reproduire en ligne son expérience en magasin, améliorer l'expérience utilisateur, automatiser les tâches et augmenter les conversions.

LE DÉFI

Balibaris, une marque renommée de prêt-à-porter masculin, a été lancée en 2010 comme l'une des premières Digital Native Vertical Brands (DNVB) en France. Reconnue pour sa forte expérience en magasin, la marque s'est rapidement développée en France et à l'international.

En 2022, pour accélérer la croissance de ses ventes en ligne, Balibaris souhaitait reproduire sur sa plateforme e-commerce l'expérience de haute qualité vécue en magasin. Le processus d'e-merchandising existant, géré manuellement via Shopify, nécessitait une mise à niveau. La marque recherchait une solution qui apporterait de l'intelligence au merchandising, améliorerait la pertinence des affichages de produits et automatiserait les tâches chronophages.

LA SOLUTION

Le site web de Balibaris était déjà équipé des blocs de recommandations personnalisées d'AB Tasty. Pour améliorer encore l'expérience d'achat en ligne, AB Tasty a introduit sa nouvelle solution de recommandations et de merchandising.

L'objectif était de reproduire la stratégie de merchandising existante en magasin en ligne :

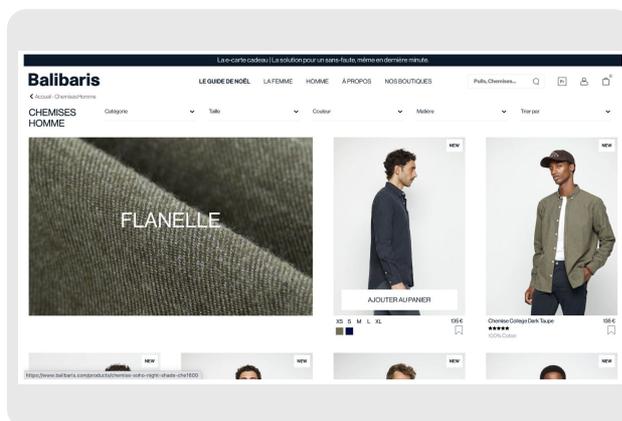
- **Présenter les nouveaux produits et les meilleures ventes** : similaires aux vitrines des magasins physiques.
- **Offrir un assortiment sélectionné** : assurer une présentation harmonieuse des couleurs et des matériaux.
- **Promouvoir les produits saisonniers** : mettre en avant des articles tels que les chapeaux, les écharpes et les maillots de bain.

AB Tasty Recommendations and Merchandising calcule l'ordre optimal des produits pour chaque catégorie en utilisant un mélange de données commerciales et comportementales.

Exemples de données utilisées :

- **Indicateurs produits / commerciaux** : tendances des ventes, taux de conversion, prix, niveaux de stock, niveaux de marge et références de produits.
- **Attributs des visiteurs** : produits récemment consultés ou achetés, catégories préférées et sources d'acquisition.

Chaque catégorie du site est traitée de manière unique, ce qui permet un tri personnalisé. Par exemple, dans la catégorie des chaussettes, la récurrence des produits a moins d'impact que dans la catégorie des t-shirts. Des règles dynamiques, telles que l'organisation des chemises par matière (flanelle, coton, velours), sont également mises en place pour améliorer la navigation et l'expérience de l'utilisateur.



LA MISE EN ŒUVRE ET LA GESTION

La transition vers le merchandising intelligent d'AB Tasty s'est faite en douceur. Le site web de Balibaris, construit sur Shopify, s'appuyait initialement sur les options de tri de base de la plateforme, telles que les meilleures ventes ou les nouveaux produits. Cependant, ces règles de tri statiques étaient insuffisantes pour une marque comme Balibaris, connue pour offrir une expérience d'achat personnalisée.

La solution d'AB Tasty s'est directement intégrée aux outils d'analyse existants, tels que Google Analytics et Shopify Analytics. En analysant les données historiques des transactions et les comportements du public, AB Tasty a mis en œuvre des modèles qui ajustent dynamiquement l'affichage des produits. Les collections historiques de Shopify ont été remplacées par les collections intelligentes d'AB Tasty, ce qui a permis d'offrir une expérience d'achat en ligne plus réactive et plus centrée sur le client.

AB Tasty Lab : L'équipe numérique de Balibaris a également eu accès à AB Tasty Lab, une plateforme qui permet de créer, modifier et mettre en œuvre facilement des collections sur le site web. Cette plateforme ne se contente pas de rationaliser le processus, elle fournit également des données complètes sur les performances, ce qui permet d'optimiser en permanence le catalogue de produits.

LES RÉSULTATS

La mise en œuvre des recommandations et du merchandising d'AB Tasty chez Balibaris a fourni des résultats immédiats :

- 1. Performance du site** : Le site a enregistré une augmentation significative des taux de conversion par rapport à la même période de l'année précédente, même sans recourir à des ventes ou à des promotions.
- 2. Efficacité organisationnelle**: L'équipe digitale de Balibaris a été libérée des tâches fastidieuses de tri manuel, lui permettant de se concentrer sur des projets à plus forte valeur ajoutée. Cela a non seulement renforcé la productivité globale, mais aussi amélioré la satisfaction des équipes, en leur offrant l'opportunité de se consacrer à des missions plus stratégiques et créatives.

- 3. Image de marque** : Le tri intelligent des collections et l'intégration de blocs de recommandations personnalisés ont considérablement amélioré l'expérience des utilisateurs sur le site web de Balibaris. Les clients ont été plus impliqués, trouvant des produits pertinents facilement, ce qui a amélioré leur perception de la marque.

Dans l'ensemble, la solution d'AB Tasty a permis à Balibaris de maintenir sa réputation de qualité et de service à la clientèle dans le domaine digital, en veillant à ce que l'expérience d'achat en ligne soit aussi raffinée et satisfaisante que l'expérience en magasin.

« En plus de nous faire gagner un temps précieux grâce à l'automatisation, AB Tasty Recommendations and Merchandising apporte de l'intelligence à notre merchandising grâce à des règles extrêmement fines et pertinentes. »



Dorian Candavoine
Directeur Digital

Un taux de conversion en hausse d'année en année.

Un gain de temps grâce à l'automatisation du tri.

Une expérience utilisateur optimisée et une image de marque renforcée.