

CONTACTOS:



**Blandine
MULTRIER**
Managing Director
Marketing
Solutions



**Augustin
DE NARP**
Head of Loyalty &
Data solutions

Relevanc es una empresa de referencia en Francia, especializada en soluciones de marketing digital con mayor rendimiento y aprobada por los principales Retailers de Francia

Presentación de nuestra solución

Ayudamos a los minoristas a crear valor explotando y monetizando sus datos y audiencia a través de nuestras 2 principales soluciones tecnológicas:

1. "COUPILO", es un algoritmo de personalización basado en la inteligencia artificial y una plataforma en self-Service que permite a los minoristas y a las marcas impulsar estrategias de relación con los clientes mediante la digitalización de sus promociones y ofertas (un promedio de x5 de aumento en la tasa de activación)
2. "Relevanc Advertising Platform" es una plataforma de publicidad "Retail Media" que permite a los minoristas crear una nueva fuente de ingresos mediante el lanzamiento de su oferta publicitaria y la monetización de su tráfico (x10 ROAS* en cada campaña publicitaria)

Datos claves

- Fecha de creación : 2018
- Volumen de ventas (Francia e International): 90M€
- Numero de empleados : 150
- Premios conseguidos: Trofeo LSA - Mejor dispositivo Drive-To-Store con Lucky Cart (2019) // BFM Business Award for Digital Aceleración - Distribución Category (2019) // Mobiles d'or 2019: Premio del mejor dispositivo in-store para CasinoMax

*Return On Ad Spend

Ventajas competitivas :

- Un fuerte ADN en Retail, para responder a las problemáticas específicas del sector Retail y completamente orientado en el rendimiento y en el retorno de inversión
- Una gran experiencia en inteligencia artificial y Data Science que nos permite una personalización óptima para cada cliente
- Soluciones "llave en mano", fáciles de usar y de desplegar para una implementación simplificada al máximo

Interlocutores privilegiados:

- CEO, Director Marketing, Director e-commerce,
 - Responsable de fidelización / CRM, Responsable de promociones,
 - Jefe de producto Marketing (Marcas blancas / marcas de distribuidor),
 - Director de compras, Director IT, Director Digital
- Sectores de actividad de nuestros clientes: **Distribución alimentaria, e commerce, supermercados, hipermercados**

Principales clientes

CASE STUDIES

CASE STUDY 1:



Descripción: Enriquecimiento del programa de lealtad con cupones personalizados y distribución multicanal

Para responder a los nuevos retos de fidelización, la cadena francesa de alimentación FRANPRIX desplegó COUPILO, la plataforma de cupones personalizados desarrollada por RelevanC. Gracias a esta herramienta en "self-service", Franprix y sus proveedores, han podido crear cupones en unos pocos clics y con total autonomía. Las posibilidades de targeting cumplieron con las diferentes estrategias de las marcas, desde la fidelización hasta el reclutamiento y los lanzamientos de nuevas innovaciones. Estos cupones han sido personalizados con algoritmos de machine learning enriquecidos por los datos transaccionales de Franprix. Las pruebas de A/B Testing han permitido medir el impacto de los cupones en tiempo real y optimizar su ROI, tanto si están financiados por el Retailer (cupones de marcas blancas / marcas de distribuidor) como por las marcas. Los cupones personalizados han sido distribuidos a través de la aplicación Bibi!, como cupones de papel o por correo.

Resultados:

- **+ de 6M** de cupones de marcas nacionales compartidos cada mes con los clientes leales de la empresa
- Tasa de utilización de las promociones personalizadas 5 veces superior a la de las promociones genéricas (no personalizadas).
- Un ROI multiplicado por 12, dependiendo de las estrategias de targeting seleccionadas.
- Una rápida puesta en marcha: 1 mes para desplegar la plataforma (desde la recepción de los datos de las transacciones hasta la distribución del primer cupón personalizado)

Testimonio del cliente:

"El cupón personalizado es un Win-Win con las marcas: tienen acceso a una herramienta de segmentación con un alto retorno de inversión, y como minorista podemos aumentar la generosidad distribuida a nuestros clientes fieles" (V. Fernet, Director de Marketing de Cliente de Franprix).

CASE STUDY 2:



Descripción : Digitalizar y personalizar el envío de folletos de papel

Para hacer frente a los retos medioambientales y de personalización, en 2019 los Supermercados Casino desplegaron COUPILO, la plataforma de personalización promocional de RelevanC. Esta plataforma ha sido implementada en un mes, y la etapa principal consistió en poner a disposición los datos de las transacciones de clientes fieles para lograr la personalización más relevante posible. Gracias a la anonimización de los datos de las transacciones, no se requiere ningún dato personal para la personalización de las promociones. Las promociones personalizadas han sido distribuidas a través de las herramientas de marketing por correo electrónico de la empresa.

A través de la plataforma, los equipos de marketing de Casino pueden digitalizar el contenido del folleto todas las semanas en sólo unos pocos clics y luego personalizar las ofertas del folleto. Así, cada cliente ha recibido un correo electrónico con las 12 ofertas más relevantes según su perfil. El asunto de los correos electrónicos también es personalizado por la plataforma para destacar las marcas más atractivas.

Resultados:

- **+25%** de tasa de apertura (personalización del título)
- **+75%** de tasa de clic (personalización del contenido)
- **+3%** de aumento del tráfico in-store vs tráfico no digital de la tienda

Testimonio del cliente:

"La personalización del folleto nos permite reforzar el atractivo de nuestras campañas de correo electrónico. Gracias a una selección única de las promociones más relevantes, proporcionamos contenido de calidad a nuestros fieles clientes, con los que reforzamos el vínculo". (Sébastien Corrado, Director de Marketing de Casino Supermarchés)

CASE STUDIES

CASO DE ESTUDIO 3 :

MONOPRIX

Descripción : Optimizar el recorrido del cliente e-commerce:

El recorrido de compra en e-commerce no está exenta de dificultades para el comprador: 5 a 10% de los artículos pedidos no están disponibles. Esto puede suceder tanto en el momento de la compra, como en el almacén cuando se preparan los pedidos. En un contexto de crecimiento del canal e-commerce, Monoprix ha confiado en los datos y la personalización para ofrecer a sus clientes una experiencia en línea fluida y optimizada.

Monoprix utiliza un potente algoritmo de sustitución (desarrollado por RelevanC) para su canal e-commerce con el objetivo de optimizar la respuesta a la falta de disponibilidad del producto y maximizar la satisfacción del cliente.

Alimentado por el historial de transacciones, las preferencias de consumo y la información sobre el producto, este algoritmo permite proponer el producto sustitutivo que mejor se adapte a las necesidades y gustos del cliente en tiempo real a través de una API. De esta manera se maximiza la satisfacción del cliente.

Resultados:

- **x10** de solicitudes de sustitución generadas durante el confinamiento debido al Co-Vid19
- **95%** de tasa de aceptación de nuestras sugerencias
- **~5% de incremento de ventas**

CASO DE ESTUDIO 4 : CDISCOUNT

Cdiscount
N'ÉCONOMISEZ PAS VOTRE PLAISIR.

Descripción : Monetizar los datos y el inventario publicitario de un minorista

Para apoyar el crecimiento del mercado de "Retail Media" y hacer frente a los desafíos de enriquecimiento de la oferta de activación de Retail Media en Cdiscount (uno de los e-commerce más importantes de Francia y competidor de Amazon), RelevanC ha creado una plataforma de activación digital en marca blanca en el display y videos.

Esta solución tecnológica permite a CDiscount monetizar sus inventarios y sus datos a los anunciantes y sus agencias. A través de targeting de datos de navegación y de datos transaccionales, RelevanC proporciona todas las herramientas para optimizar las campañas programáticas y proporciona transparencia sobre el retorno de la inversión publicitaria de las campañas (ROAS).

De esta manera, esta plataforma self-service, 100% escalable en términos de datos y de nuevas fuentes de inventario, impulsada por un algoritmo de optimización del rendimiento de los medios y una herramienta de construcción de segmentos a medida, es el nuevo activo importante del e-commerce

Resultados:

- **x10 ROAS observado en las campañas:** cada euro gastado en display a través de la plataforma genera 10 euros de facturación.
- **El 100%** de las agencias que gastaron un presupuesto en medios a través de la plataforma volvieron a lanzar una campaña en 30 días.

Testimonio del cliente:

"Esta nueva plataforma programática de compra programática nos permite, como agencia, responder mejor a las necesidades de nuestros clientes que desean optimizar sus ventas con Cdiscount, pero también, de manera más sencilla, permitir a las marcas activar campañas sobre los datos transaccionales del e-commerce". (Jean-Baptiste Rouet, Chief Programatic Officer de Publicis Media)