

Splio

KIABI
la mode à petits prix

Come l'IA predittiva ha contribuito a massimizzare i risultati CRM di KIABI nel mercato europeo?

KIABI racconta la sua esperienza di successo

Come aumentare le vendite del CRM?

Inviando un maggior numero di campagne?



PRESSIONE DI MARKETING

Un'eccessiva quantità di campagne promozionali porta a un aumento delle disiscrizioni.



PERSONALIZZAZIONE

L'assenza di personalizzazione nelle campagne riduce l'interesse dei clienti e dei prospect.



PRODUTTIVITÀ

Team CRM generalmente composti da poche persone, ma con obiettivi CRM molto ambiziosi.

Benvenuti da KIABI

Azienda familiare di abbigliamento prêt-à-porter dal 1978



Fin dalla sua nascita, KIABI si è impegnata a essere "un alleato delle famiglie, unendo uno stile di moda responsabile a soluzioni sostenibili".

**Moda a prezzi
accessibili**

Alleato delle famiglie

Responsabile

A proposito di KIABI

- 620 punti di contatto, di cui 387 in Francia
- 22,3 milioni di clienti
- 9.049 dipendenti Kiabi nel mondo
- 30 paesi di vendita
- 2,2 miliardi di euro di fatturato
- 7 siti e-commerce e app

Verso relazioni durevoli

Sfide e strategie del brand

Il contesto

Un brand per tutta la famiglia

- Un'immagine di marca in continua evoluzione per trasformare il brand in un autentico punto di riferimento per le famiglie
- Una **marca unica nel suo genere** che offre un rapporto qualità, prezzo e stile impareggiabile, oltre che un'esperienza di acquisto accessibile pensata per soddisfare le esigenze di tutta la famiglia
- Una **azienda che si basa sui valori della famiglia e che vanta una solida esperienza**

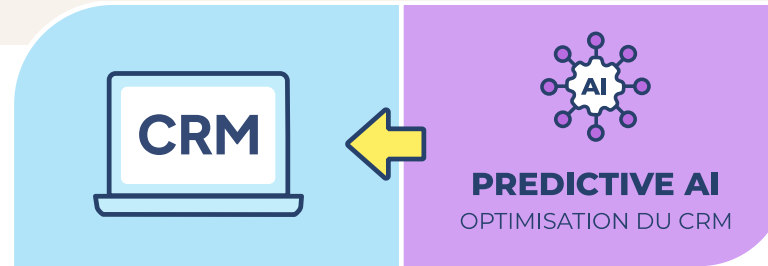
Le sfide

Un brand che guarda al futuro

- Un cambiamento che nasce dal prodotto: **proporre un'esperienza esclusiva attraverso la creazione di una moda innovativa e sostenibile**
- Un impegno verso **l'adozione di soluzioni durevoli e attente alle esigenze dei clienti**
- **Efficienza e versatilità** nella gestione delle comunicazioni e delle attività di marketing in vari mercati e per differenti segmenti di clientela

Splio IA Predittiva

Aumentare il potenziale delle campagne con l'IA predittiva



1

Ottimizzare le campagne esistenti

Sviluppare segmenti di audience personalizzati e definire le priorità delle campagne, tenendo conto delle regole di pressione di marketing

2

Identificare nuove opportunità

Identificare nuove opportunità di campagne che non sono previste nel piano CRM iniziale

3

Aumentare la produttività

L'IA assiste i team CRM ottimizzando automaticamente la selezione dei target e la preferenza dei canali

Ottimizzazione del CRM KIABI

Per generare del valore incrementale

Stimolare il riacquisto

Aumentare la frequenza di riacquisto

Rafforzare l'engagement dei clienti

Diversificazione dei canali di comunicazione

Utilizzare le raccomandazioni basate sull'IA per **potenziare le strategie di cross-selling, upselling e fidelizzazione della clientela**

1

Ottimizzazione del targeting

Aumentare il numero di clienti in base a coloro che ricevono comunicazioni per **non escludere nessun potenziale target**

2

Controllo costante delle performance

Investire il tempo necessario per valutare le performance delle campagne sui diversi canali e **identificare i punti di forza e le aree di miglioramento**

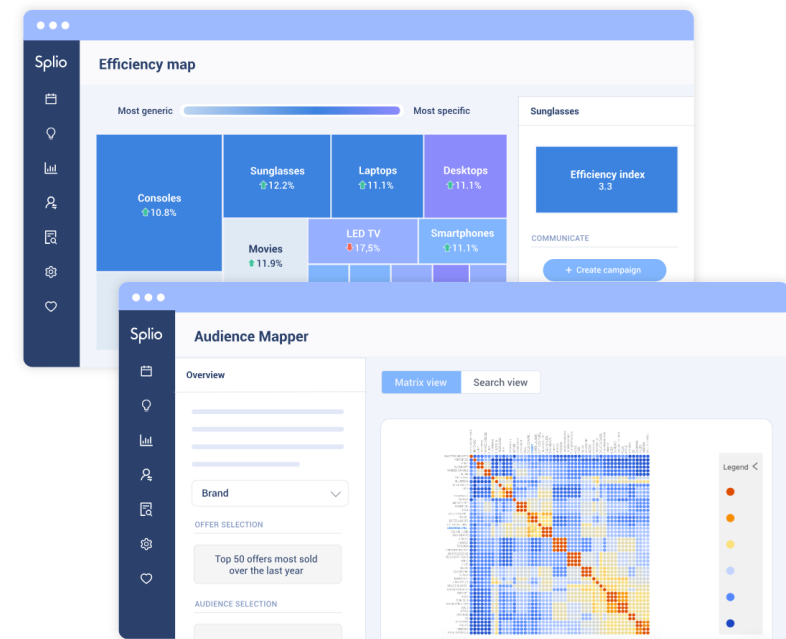
3

1

Identificare nuove possibili interazioni

Unendo l'Efficiency Map e l'Audience Mapper, è possibile identificare immediatamente le categorie più rilevanti da associare

- **Potenziare gli upsell** personalizzando le campagne post-acquisto in base alle preferenze delle categorie dei clienti
- **Massimizzare i cross-sell** evidenziando i vantaggi dei negozi fisici ai clienti online e viceversa
- **Incrementare il traffico verso i punti vendita (click- to-store)**, personalizzando le campagne e mettendo in evidenza il negozio preferito del cliente
- **Rafforzare la fidelizzazione** dei nuovi clienti adattando i messaggi di benvenuto in base al canale di acquisizione
- **Automatizzare le campagne di riattivazione dei clienti**, migliorando i risultati attraverso l'utilizzo di un churn score
- **Ottimizzare il ROI delle campagne SMS o cartacee** in base al Customer Lifetime Value (CLV)



1

Favorire il riacquisto

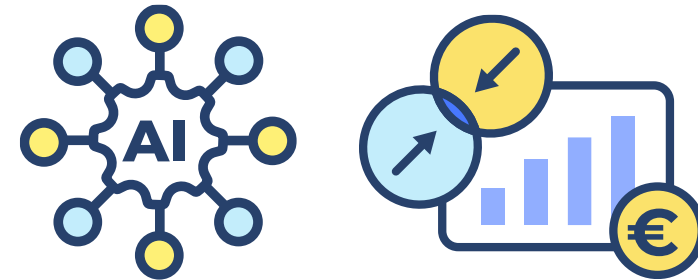
Tramite campagne per il cross-selling e l'up-selling

Contesto



KIABI offre **una vasta gamma di prodotti** e vanta **un'ampia clientela**

Strategia



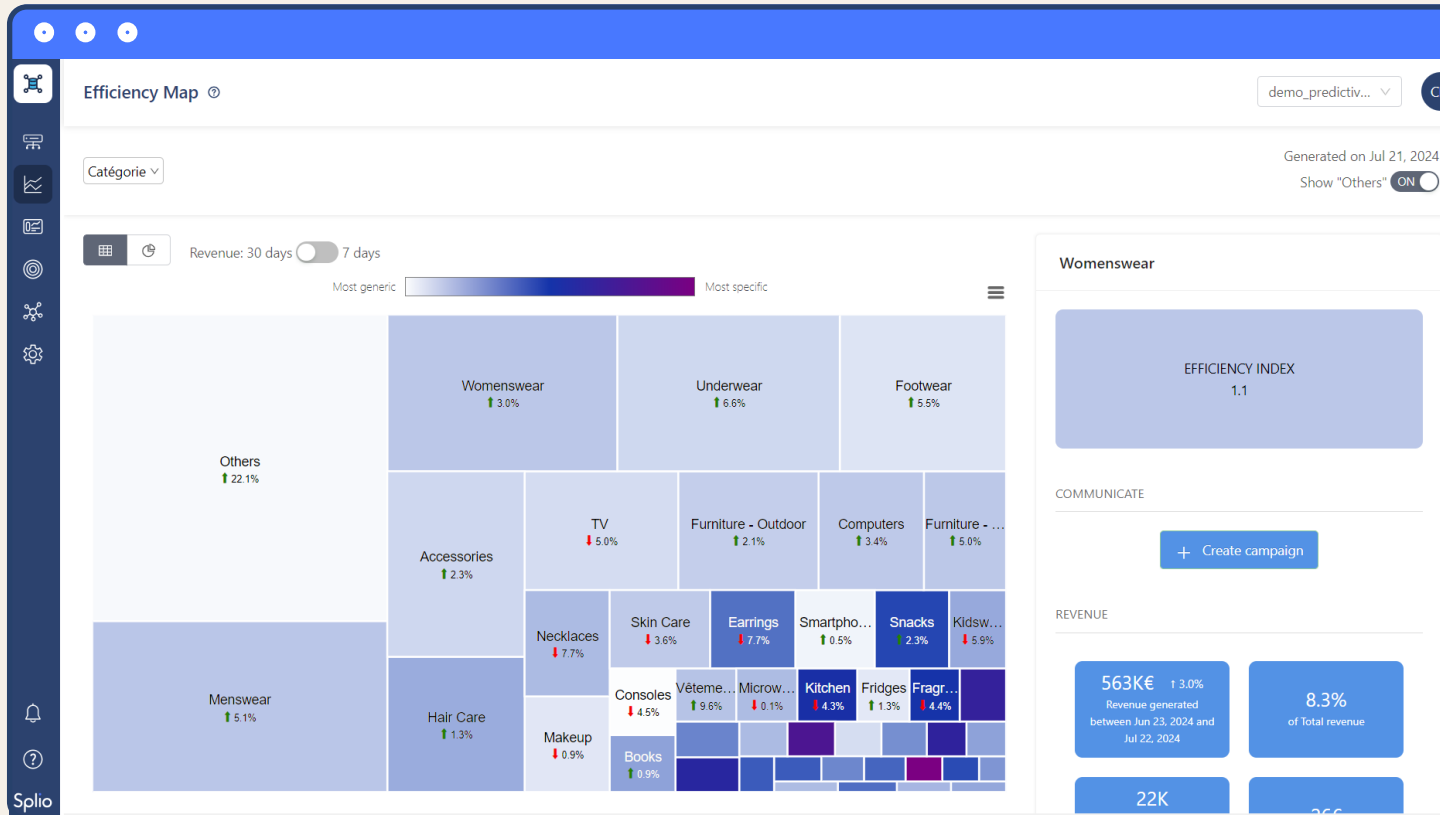
Utilizzare l'**IA** per identificare **nuove combinazioni di prodotti**, e quindi delle nuove vendite

1

Favorire il riacquisto

Tramite campagne per il cross-selling e l'up-selling

1. I team di KIABI utilizzano l'**Efficiency Map** per identificare le categorie più rilevanti e **valutare il loro potenziale commerciale**



Secondo le previsioni dell'IA, **la categoria pantaloncini per neonati** rappresenta un'opportunità di crescita commerciale per KIABI.

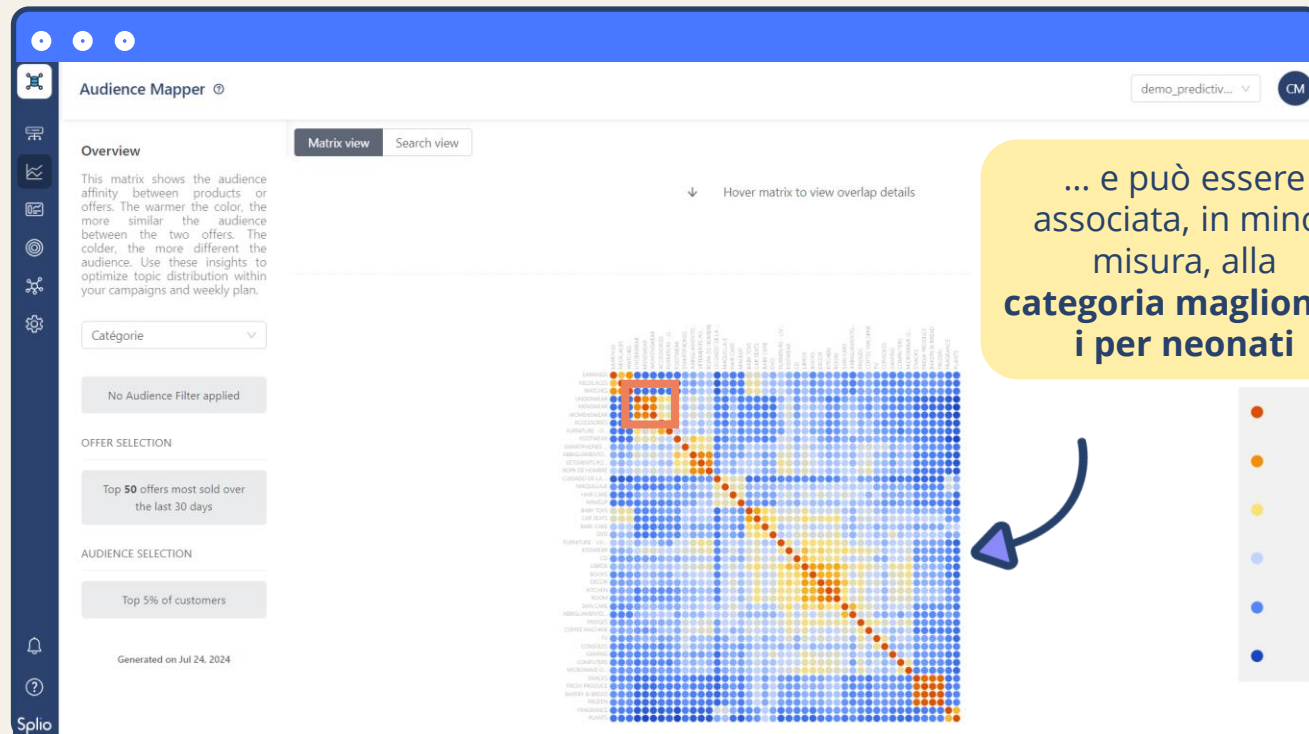


1

Favorire il riacquisto

Tramite campagne per il cross-selling e l'up-selling

2. L'Audience Mapper individua le categorie più significative da associare con l'obiettivo di sviluppare una comunicazione personalizzata e strategica



... e può essere associata, in minor misura, alla categoria maglioncini per neonati

Next step
Creare un **design** e implementare una **strategia d'attivazione** per sfruttare la nuova opportunità di vendita

20+
Numero di **nuove opportunità di cross-sell individuate** grazie a Splio Predictive AI per KIABI

1

Risultati della campagna cross-sell

Pantaloncini e maglioncini per neonati

The screenshot shows a KIABI website page for baby shorts. The header includes the KIABI logo and navigation links for 'Femme', 'Homme', 'Fille', 'Garçon', and 'Bébé'. The main image features a young boy sitting on a wooden chair, wearing a striped t-shirt and dark shorts. To the right of the image is a text block titled 'Les shorts bébé' with a description in French and a 'Je découvre la collection' button. Below the main image are three smaller product images of different styles of shorts, each with a price tag: 9€, 7€, and 7€.

Campagne One-shot – aprile 2024

Suggerimento dell'IA:

- ✓ Associare la categoria "pantaloncini per neonati" alla categoria "maglioncini per neonati"

Tasso di apertura

33 %

Tasso di click

8 %

Tasso di conversione

6 %

2 Creare nuove campagne altamente performanti

In soli 2 minuti, il motore predittivo di Splio identifica l'audience ideale per la tua campagna, tenendo conto della categoria e del canale di distribuzione

- **Incrementare le visite** alla pagina della nuova collezione
- **Evidenziare l'offerta Flash**
- **Rispondere alle esigenze del tuo nuovo partner commerciale**, con cui hai avviato una nuova collaborazione e che desiderate far emergere
- **Aumentare le vendite nella categoria uomo**, un'area in forte crescita e ancora poco conosciuta dai tuoi clienti
- **Rafforzare la comunicazione** dei vantaggi del tuo brand e dei prodotti che generano il maggior profitto



2

Aumentare la frequenza d'acquisto

Dei clienti occasionali durante i periodi di vendite promozionali

Contesto



Ogni anno, diversi clienti di KIABI ritornano a fare shopping durante i periodi di vendite promozionali. Questa tipologia di clienti non riceveva alcuna comunicazione dopo sei mesi dal loro ultimo acquisto.

Strategia



Consentire all'IA predittiva di identificare i messaggi più adatti da inviare ai clienti, sfruttando i dati raccolti e analizzando le affinità tra i profili, evitando così le convenzionali tecniche di targeting.

2

Aumentare la frequenza d'acquisto

Dei clienti occasionali durante i periodi di vendite promozionali

1. Lo scorso agosto, i team di KIABI hanno creato una campagna tramite il Campaign Plan per promuovere la loro collezione "lingerie donna standard"

Vi sono alcuni **parametri chiave da definire**, come il nome della campagna, la data di invio e i canali di diffusione

Campaign plan

Collection automne Enfants

Campaign Date Evergreen

Offers All

Business Unit

Channel 767K

Audience Filters Optional

Exclude recent buyers

Tags Optional

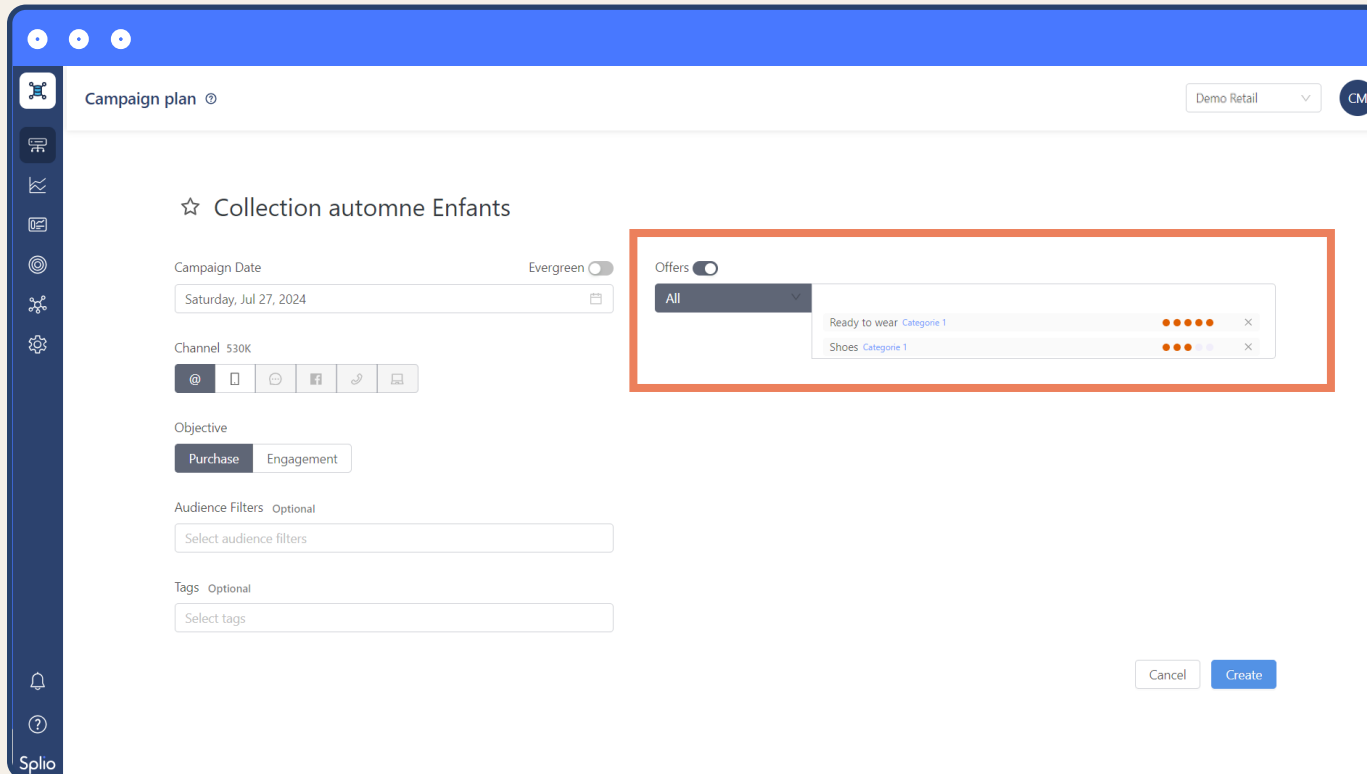
Cancel Create

2

Aumentare la frequenza d'acquisto

Dei clienti occasionali durante i periodi di vendite promozionali

2. Le **offerte incluse nella campagna sono state selezionate** grazie a un indicatore di raccomandazione basato sull'IA predittiva



Fase chiave
Influenza direttamente
l'attivazione dei clienti,
che verranno scelti in base
al loro interesse per le
offerte selezionate

2

Aumentare la frequenza d'acquisto

Dei clienti occasionali durante i periodi di vendite promozionali

3. Il motore predittivo di Splio si occupa di individuare i clienti più propensi ad acquistare



Se necessario, è possibile escludere determinati gruppi di clienti dalla campagna

Campaign plan © Demo Retail CM

☆ Collection automne Enfants

Campaign Date Evergreen Offers

- US DE KR FR GB Custom
- Ouvreurs 12 mois Custom
- US + CA + Europe (hors UK) Custom
- Exclusion Ultimates Last week Custom
- Zone CRM - APAC Custom
- Audience OK Valmont Custom
- US CA (VP Celine) Custom
- Clients 6 mois (sans notion de nouvea

Select audience filters

Tags Optional

Select tags

Ready to wear Catégorie 1

Shoes Catégorie 1

Cancel Create

2

Aumentare la frequenza d'acquisto

Dei clienti occasionali durante i periodi di vendite promozionali



È possibile attribuire maggiore importanza alla campagna, che verrà quindi supportata e ottimizzata dagli algoritmi

The screenshot displays the 'Campaign plan' configuration interface in the Solio system. The campaign is titled 'Collection automne Enfants'. Key settings include:

- Campaign Date:** Saturday, Jul 27, 2024
- Evergreen:** Disabled (toggle)
- Offers:** Disabled (toggle)
- Channel:** S30K
- Objective:** Purchase (selected), Engagement
- Audience Filters:** Optional, with a field to 'Select audience filters'
- Tags:** Optional, with a field to 'Select tags'

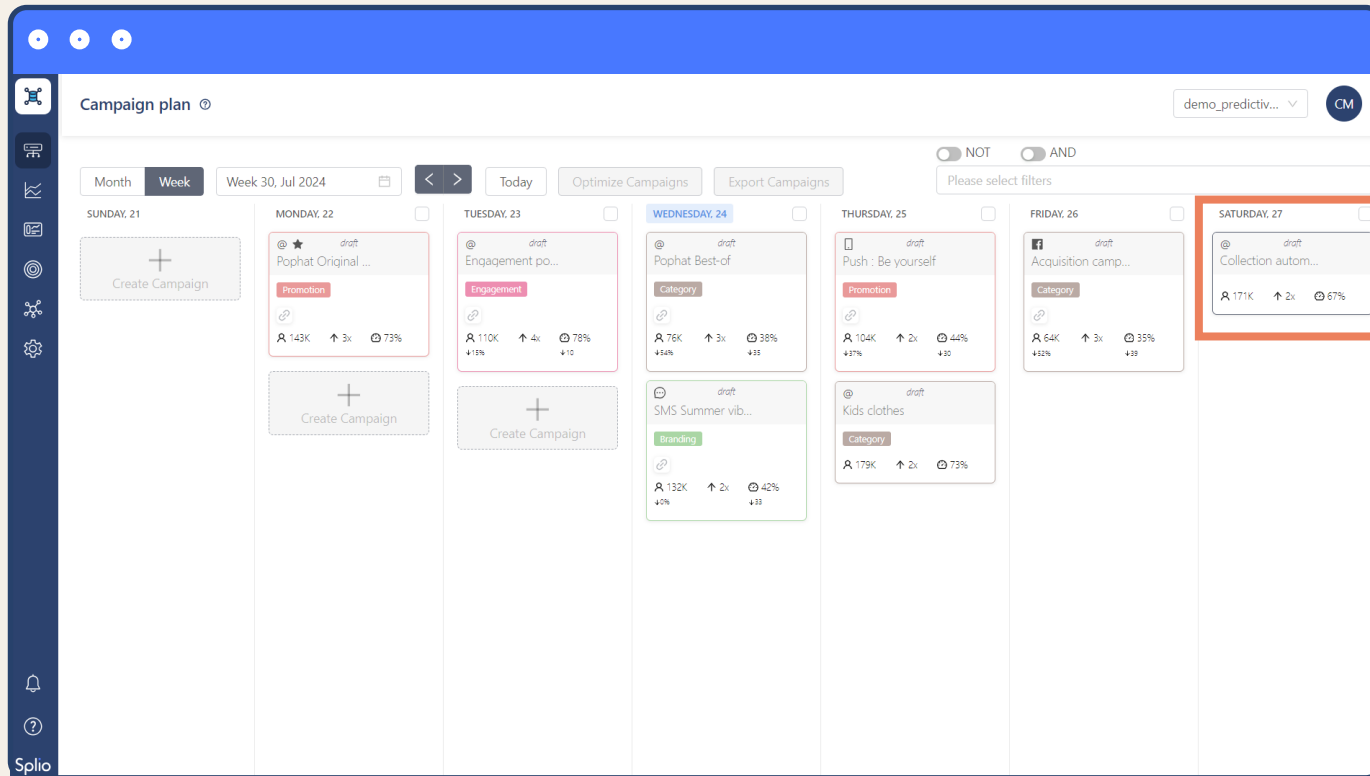
The interface also shows a list of offers: 'Ready to wear - Catégorie 1' and 'Shoes - Catégorie 1'. A blue arrow points to the campaign title, and a yellow callout box highlights the importance of the campaign. The Solio logo is visible in the bottom left corner of the interface.

2

Aumentare la frequenza d'acquisto

Dei clienti occasionali durante i periodi di vendite promozionali

5. La campagna è stata creata e inizia a ottenere uno score dagli algoritmi



In pochi istanti, gli algoritmi **identificano nell'audience i contatti** più propensi ad acquistare e **determinano il numero ottimale di persone da raggiungere**, basandosi sulla loro propensione all'acquisto.

2

Aumentare la frequenza d'acquisto

Dei clienti occasionali durante i periodi di vendite promozionali



I team del brand hanno la possibilità di modificare manualmente l'audience

The screenshot displays the Splio Campaign plan interface. The main view shows a grid of campaigns for the week of July 30, 2024. A 'Campaign Details' modal is open, showing the following information:

- Campaign Details:** Set as Evergreen Campaign
- Collection:** @ Collection automne Enfants
- Date:** Saturday, Jul 27, 2024
- SETTINGS:** Audience Filters: None; Offers: Shoes; Objective: Purchase
- AUDIENCE:** A slider is highlighted with a red box, showing a volume of 19,476 (3%) selected from a total of 594,826 addressable customers.
- VOLUME:** 19,476 (3%)
- LIFT:** 5x
- POTENTIAL:** 17%

Si consiglia di scegliere un **volume compreso tra il 5% e il 20% del database**



Risultati della campagna Lingerie Standard

KIABI
la mode à petits prix

Femme Homme Filles Garçon Bébé

Découvrez notre programme de fidélité et ses avantages

Oser le... vous !

C'est l'invitation qu'on vous fait avec cette nouvelle collection lingerie 100 % séduction : osez être vous dans toutes vos formes, vos courbes, votre sensualité et votre glamour ! Prix ultra séduisants aussi.

[Voir la collection](#)

Campagna One shot - agosto 2024

Impostazione del targeting basato sulle raccomandazioni dell'IA:

- ✓ Contatti interessati alla categoria "lingerie donna standard"
- ✓ Contatti interessati alla categoria "abbigliamento da notte femminile"

| | Risultati di questa campagna | Vs. in media senza l'IA |
|-----------------------------|------------------------------|-------------------------|
| Tasso di apertura | 32 % | + 18 % |
| Tasso di click | 11 % | + 143 % |
| Tasso di conversione | 10 % | + 2 % |

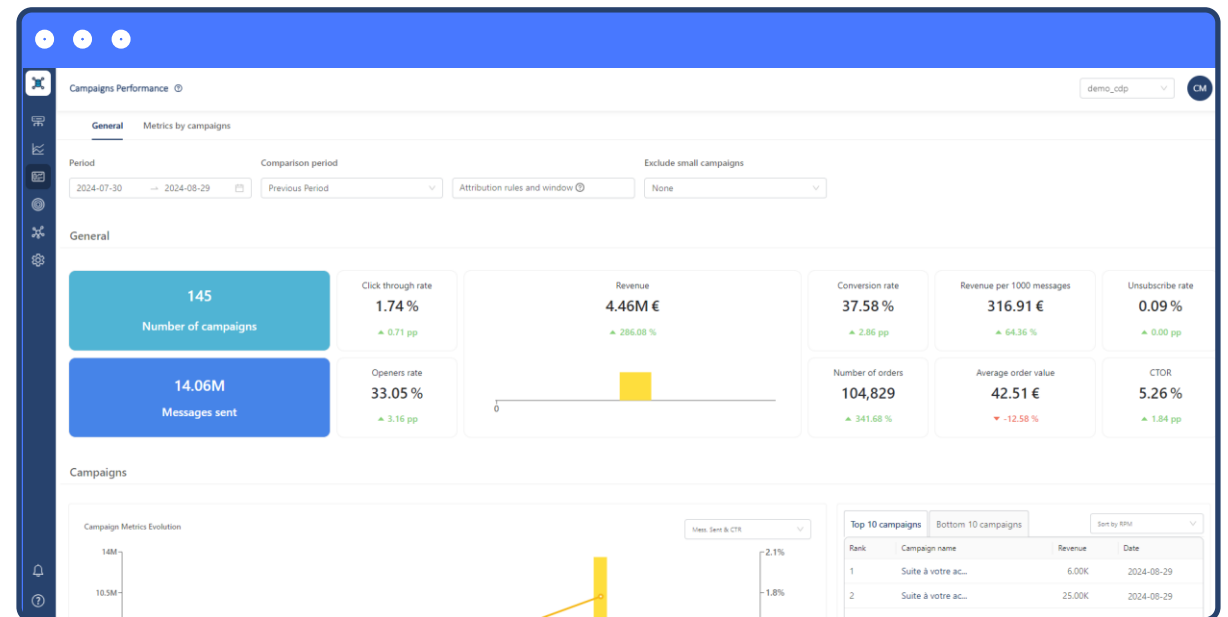
3

Analizzare l'impatto delle attività di marketing

Campaign Performance Dashboard

Una dashboard intuitiva e di facile utilizzo per analizzare e monitorare la tua attività, il comportamento dei tuoi clienti e dei prospect

- **Rendimento complessivo delle tue campagne** (One-shot, automatiche, ecc.)
- **Analisi globale su un periodo personalizzabile**
- **Monitoraggio delle tendenze** con grafici pronti all'uso
- **Valutazione dei vantaggi e delle aree di miglioramento** delle tue campagne
- **Analisi delle vendite** online e in negozio
- Possibilità di **scaricare i dati**



3

Analisi approfondita delle nostre campagne

Campaign Performance Dashboard

| Campaign Type | Period | Exclude small campaigns | Tags | Search Campaigns |
|---------------|----------------------------------|-------------------------|---|--|
| One-Shot | 240727_news_soldes_promo_a... | 2024-07-27 | ... | ... |
| Ext. | 240726_tam_10_benl | 2024-07-26 | ... | ... |
| Ext. | 240626_renfort_jo_fr | 2024-07-26 | 1957 143545 24.1% 3% 1.0% 10887.47 0.04% 100% 75.71 56.31 | ... |
| Ext. | 240726_news_mag_local Ouver... | 2024-07-26 | ... | ... |
| Ext. | 240726_soldes_70_derniers_jou... | 2024-07-26 | ... | ... |
| One-Shot | 240726_new_in_gt_robex_tc_es | 2024-07-26 | Com close 07 | ... |
| One-Shot | 240726_TC_stitch_fr | 2024-07-26 | Stitch | 995b866-0... 539510 25.0% 14% 3.0% 74956.70 0.03% 100% 138.83 42.09 14 |

Grazie alla Campaign Performance Dashboard, è stato rilevato che la **campagna Stitch**, lanciata in uno dei paesi, potrebbe avere un forte potenziale commerciale anche in altri paesi europei interessati alla categoria "bambini".



3

Inviare meno messaggi per ottenere performance migliori

Grazie a una pressione di marketing gestita individualmente

CRM

Engagement e soddisfazione del cliente



Il tasso di clic è raddoppiato, dimostrando così l'efficacia dei messaggi inviati a ciascun cliente, in funzione delle loro caratteristiche.



Il tasso di disiscrizione è stato ridotto di un terzo, dimostrando che il targeting dei messaggi e la pressione marketing sono in linea con le aspettative dei clienti.

Retail

Vendite



Le campagne personalizzate tramite l'IA predittiva di Splio costituiscono attualmente **il 15% del volume degli invii e il 30% del fatturato** totale generato dalle email CRM.

I vantaggi dell'IA Predittiva per il CRM

Adottare nuove pratiche per migliorare la visibilità del piano CRM a livello internazionale



Julie Huguet-Macquart – *Lead CRM Mondiale presso KIABI*

Gestire al meglio le sfide del marketing stagionale

Avere **maggiore libertà** nella scelta dei temi e lanciare un maggior numero di campagne ogni giorno, senza aumentare la pressione di marketing

Collaborazione tra i membri del team

Sperimentare nuove soluzioni e **condividere le best practice** con il team per crescere insieme

Visibilità internazionale del piano CRM

Avere una visione globale per gestire il piano CRM **a livello internazionale e locale**

Risparmiare tempo

Definire accuratamente il piano CRM così da ottimizzare il tempo a disposizione dei **team operativi**

Benvenuto in Splio

L'esperto SaaS del marketing per i clienti e per il Retail



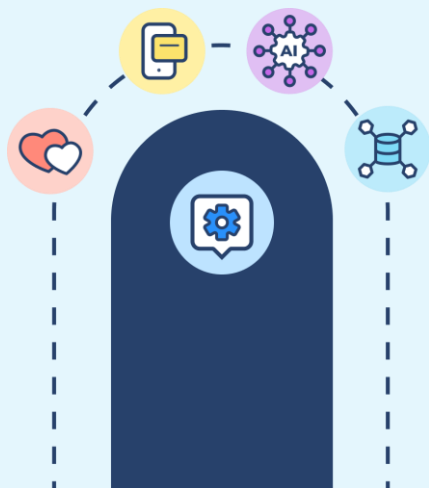
Splio

Il tuo partner CRM per il Retail

Splio si evolve al ritmo del marketing per i clienti e del Retail

Tutte le funzionalità essenziali del CRM

in una piattaforma dotata di IA



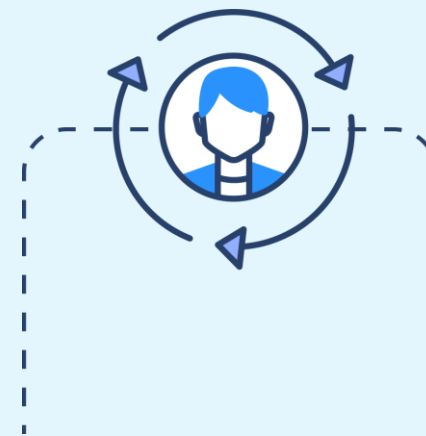
Un ecosistema potente

oltre 100 partner, di cui 80 software di cassa e e-commerce integrati in Splio

 **shopify**  **PRESTASHOP**  **cegid**  **Magento**

Un accompagnamento esperto con dei CSM provenienti dal settore Retail

che ti aiuteranno a raggiungere i tuoi obiettivi di fidelizzazione e di fatturato



Dalla deliverability delle campagne al servizio di reperibilità durante i picchi stagionali

Il nostro servizio di supporto è gratuito e ti accompagna in qualsiasi momento





Per saperne di più su Splio e richiedere una demo personalizzata della piattaforma



Richiedi una demo