

MUJI

Muji augmente son chiffre d'affaires en magasin grâce à sa maîtrise du digital



LE DÉFI

Améliorer les ventes et la fréquentation dans les magasins physiques. Fusionner les expériences client physiques et numériques, transférer les données et réaliser des analyses sur les données de trafic en ligne à temps pour pouvoir faire des recommandations pertinentes au client se trouvant dans le magasin.



L'OBJECTIF

Capter les données du flux de clics provenant de son application mobile et les associer aux données Web et des points de vente, ainsi qu'à d'autres données client existantes, à grande échelle, afin que les spécialistes marketing puissent y accéder sans le support des équipes d'ingénierie.



LES RÉSULTATS

- Augmentation des revenus en magasin de 46 %
- Augmentation de 100 % de l'utilisation des bons de réduction
- Plus de 8 millions d'évènements Web et mobiles collectés et traités par jour
- Les clients réalisent des économies avec les promotions personnalisées et Muji en sort gagnant

Muji, un détaillant d'envergure mondiale connu pour ses produits et packagings durables, prévoyait de se développer au-delà de ses plus de 650 points de vente. En découvrant que les visiteurs de son site Web avaient souvent pour habitude de rechercher les produits en ligne avant de les acheter dans un point de vente physique, Muji a développé une application mobile visant à établir des relations client plus étroites, à améliorer les expériences en magasin et à augmenter la valeur de cycle de vie client (CLTV).

Le défi

À l'instar de la plupart des détaillants, Muji menait des campagnes en ligne et sur les réseaux sociaux, mais éprouvait des difficultés à augmenter ses ventes et à générer un flux de fréquentation régulier dans ses points de vente physiques. La fusion des expériences physiques et digitales représentait un défi de taille. Par ailleurs, Muji n'était pas en mesure de transférer les données et de réaliser des analyses sur les données de trafic en ligne à temps pour pouvoir faire des recommandations pertinentes au client se trouvant dans le magasin.

Malheureusement, un manque de support de l'ingénierie empêchait la société de développer une solution avec la capacité et les performances nécessaires pour capturer les données du flux de clics provenant de l'application mobile et de les associer aux données Web et des points de vente (PdV) et autres données client existantes. Il lui fallait mettre en place une solution que les équipes marketing pourraient utiliser de manière autonome, sans l'aide de l'ingénierie.

La solution

Avec la Customer Data Platform (CDP) d'entreprise de Treasure Data, Muji a pu combiner les données de navigation en ligne et l'historique des achats en magasin pour établir un profil complet du client. En ajoutant les données d'inventaire des magasins en temps réel, Muji a pu proposer des offres incitatives basées sur les données, notamment des bons de réduction personnalisés, et des notifications push dans l'application bien ciblées et au bon moment. Treasure Data a apporté une solution dynamique et évolutive pour acquérir et agréger les flux de données en constante évolution. Un partenaire pour les services professionnels de Treasure Data a intégré l'application mobile de fidélisation personnalisée sans avoir à recourir aux ressources d'ingénierie de Muji.

L'utilisation de l'application mobile associée à des promotions fortement ciblées a engendré une augmentation de 100 % dans l'utilisation des bons de réduction dans l'ensemble des magasins, a amélioré la CLTV, a entraîné une augmentation de la fréquentation physique en magasin et a permis une augmentation des revenus de 46 % sur une période de deux ans.

Par ailleurs, Muji a tiré parti des capacités de machine learning de Treasure Data pour proposer des promotions géolocalisées afin d'augmenter la fréquentation spontanée en magasin. La CDP d'entreprise de Treasure Data permet d'appliquer des algorithmes de personnalisation uniques et une syndication de la segmentation marketing qui rapprochent encore plus les parcours client digitaux et physiques pour une expérience client exceptionnelle.

Les résultats

Treasure Data a aidé Muji à collecter et traiter plus de 8 millions d'évènements Web et mobiles par jour et à analyser plus de 3 milliards de transactions par an. En l'espace de deux ans, Muji a dépassé ses objectifs :

- Plusieurs millions de dollars économisés en éliminant les besoins d'impression de flyers
- Augmentation de la fréquentation physique en magasin
- Augmentation des revenus en magasin de 46 %
- Amélioration de l'utilisation des bons de réduction de 100 % grâce aux promotions fortement ciblées dans son application de fidélisation

À propos de Treasure Data

La solution CDP de Treasure Data aide les marques mondiales à harmoniser leurs silos de données, d'informations et de preuves d'engagement pour créer des expériences client pertinentes et en temps réel tout au long du cycle de vie du client. Treasure Data facilite la connaissance de vos clients, la personnalisation des messages à grande échelle, le développement de votre entreprise tout en répondant aux exigences de confidentialité et de sécurité des données. En rattachant directement l'engagement aux données et informations, les équipes sont en mesure de personnaliser toutes les interactions client et d'activer rapidement plusieurs scénarios d'utilisation pour un impact commercial plus rapide. Treasure Data compte plus de 450 clients parmi les Fortune 500 et Global 2000.

[Demander une démonstration](#)

| treasuredata.com/fr | emea@treasure-data.com