

Pandora crée une unité de pilotage marketing 360° avec Alphalyr

Challenge

Adopter une approche plus agile et plus ROIste du pilotage des investissements marketing digital.

Solution

Alphalyr unifie les processus de reporting en consolidant les données des dizaines de leviers marketing et de multiples plateformes de web analytics.

Bénéfices

Pandora a pu accélérer, simplifier et renforcer ses processus de prise de décision au jour le jour.

Le leader de la joaillerie optimise ses prises de décisions grâce à une vision à 360° de sa performance marketing et commerciale multicanale.

Devenir la marque de joaillerie la plus aimée au monde

Fondé en 1982 au Danemark, Pandora est en train de devenir la marque de joaillerie la plus aimée au monde. Pandora est connu pour ses bijoux personnalisables à l'infini, au design moderne, finis à la main mais accessibles. La marque est présente dans plus de 100 pays avec 8000 points de vente, dont 2100 sont des concept stores en propre. Pandora est aujourd'hui la troisième entreprise de joaillerie au monde, avec des ventes annuelles qui s'élèvent à 2,7 milliards d'euros.

Le marketing aiguille les ventes multicanales

Pandora connaît une croissance et un développement international rapides. La marque développe ses ventes e-commerce depuis 2012 et se concentre aujourd'hui sur l'harmonisation de ses espaces physiques et en ligne.

Pandora a élaboré une stratégie de marketing digital complexe afin d'augmenter son trafic et ses ventes, à la fois en ligne et en magasins. Plusieurs types de campagnes peuvent être en cours à tout moment sur plus de 15 plateformes, dont Google, Bing, Facebook, YouTube et Instagram. La marque active également son important fichier clients en envoyant emails et SMS.

« Nous gardons toujours le ROI de nos investissements marketing à l'esprit, dit Patrycja Mothon, Directrice e-commerce, CRM, Social Media et Drive-to-Store pour la France, nous avons besoin de faire le maximum pour atteindre nos objectifs de ventes - tout en respectant notre budget. »

Les rapports harmonisés en temps réel pour stimuler les ventes

Par le passé, au regard de ses multiples sources de données digitales et commerciales, Pandora était incapable d'obtenir le panorama harmonisé dont les décideurs avaient besoin.

Certaines sources étaient disponibles immédiatement, d'autres ne l'étaient que le lendemain, après une phase de traitement par lots. Les chiffres de Google Analytics, Adobe Analytics et Qlikview se contredisaient. Les équipes devaient faire l'effort, tous les lundis matin, d'analyser les écarts et de compiler des rapports en un format digeste pour la réunion de management hebdomadaire.

PANDORA



« *Alphalyr a simplifié et renforcé nos processus de prise de décision. Je communique bien plus efficacement avec mes pairs. On peut maintenant utiliser les données pour guider nos décisions plutôt que de passer du temps à les rendre exploitables.* »

Patrycja Mothon

Directrice e-commerce, CRM, Social Media et Drive-to-Store, Pandora

Ils obtenaient une simple série de KPIs ordonnés chronologiquement. Il était difficile d'identifier des tendances, de comparer des équivalences ou de comprendre quels événements impactaient les résultats. À cause des écarts dans les chiffres, le département financier notamment ne les trouvait pas fiables.

Aujourd'hui, Alphalyr a automatisé la collecte, la préparation et l'analyse des données marketing et commerciales de Pandora. Le système trouve automatiquement les données les plus récentes nécessaires dans la plateforme e-commerce (Salesforce), le système de points de vente, parmi les données web et les solutions marketing. Le moteur IA d'Alphalyr analyse les données et les compile dans une série de rapports personnalisés envoyés par email en début de journée.

Une solution fiable d'aide à la décision

Pandora a remplacé ses rapports hebdomadaires artisanaux par une version automatisée et personnalisée par fonction. Les nouveaux rapports économisent une demi-journée de travail par semaine à l'équipe marketing et intègrent des améliorations qui auraient pris l'équivalent de deux jours de plus si elles avaient été réalisées à la main. Et surtout, les rapports sont désormais disponibles à temps pour commencer chaque journée.

« *Alphalyr a simplifié et renforcé nos processus de prise de décision, dit Patrycja Mothon. La mise en place a été étonnamment facile et rapide. Les données viennent maintenant à nous, on n'a plus à aller les chercher. Les rapports sont plus clairs et fiables et ont été adoptés par tous les décideurs. Je communique bien plus efficacement avec mes pairs. On peut maintenant utiliser les données pour guider nos décisions plutôt que de passer du temps à les rendre exploitables.* »

L'équipe marketing peut voir en un coup d'œil si elle s'apprête ou non à atteindre ses objectifs de ventes – et peut adapter ses campagnes en conséquence. Il est maintenant possible de comparer des fluctuations à périmètre constant en gommant les effets de la saisonnalité.

Les rapports sont plus explicites parce qu'ils sont associés à un agenda de campagnes marketing, d'offres spéciales et de données météorologiques.

« *Alphalyr fait maintenant partie de ma routine du matin. C'est le premier email que je lis pendant le petit-déjeuner !* », déclare Patrycja Mothon.



4 rue de la Pompe
75016 Paris
www.alphalyr.fr

Cette brochure est à but informatif. Alphalyr ne donne aucune garantie, expresse ou implicite, dans ce document. Tous les produits et services mentionnés peuvent être des marques de leurs propriétaires respectifs. Copyright © 2018 Alphalyr - Tous droits réservés