






CUSTOMER

Segmentation & dashboard PMGB

Enseigne de prêt-à-porter masculin




OBJECTIFS

Aligner la valeur clients avec les objectifs de CA de la marque :




-  Comprendre la contribution clients au CA
-  Disposer de segments basés sur la valeur client facilement activables
-  Fournir aux équipes opérationnelles les outils de pilotage adéquats

CHALLENGES

Disposer des bons KPIs pour piloter la valeur de sa base client

-  Segmenter sa base client à partir de critères transactionnels simples
-  Estimer la valeur de ses clients à court, moyen et long terme.
-  Mesurer l'impact des actions CRM sur l'évolution de la valeur client.

APPROCHE

-  Analyser l'historique de vente sur la bonne profondeur d'historique
-  Déterminer des seuils de CA / tickets optimaux pour segmenter la base
-  Déployer les outils de pilotage dynamique et former les équipes à la lecture des évolutions

INSIGHTS & VALUES



Optimisation des investissements média, en ne ciblant que les clients à forte valeur ajoutée



Meilleure compréhension et amélioration de la valeur clients grâce à des segments intuitifs et facilement activables



Plus grande réactivité des équipes CRM grâce à des dashboards mis à jour quotidiennement

Efficacité ciblage

4x

à investissement constant

Réactivité

6x

faster

Appropriation

2x

easier

100M

Mise à jour quotidienne



Marketing

3

Data domains



Clients



Sales

SEGMENTATION PMGBS COMPARABLE N-1

13% CA
-3.6 pts Evolution vs N-1
BEST
41.7 ans
81.91%

38% CA
-0.3 pts Evo. vs N-1
GROS
41.9 ans
80.96%

31% CA
+1.8 pts Evo. vs N-1
MOYEN
42.2 ans
76.93%

19% CA
+2.1 pts Evo. vs N-1
PETIT
42.9 ans
72.38%

Volume (volume%)	Fréquence	Panier Moyen	CA/Actif	Marge/Actif
680102 (20%) -38% Vs N-1	6.0 -5.5% Vs N-1	74 € 7% Vs N-1	446 € 1% Vs N-1	232 € -1% Vs N-1
4061370 (118...) 23% Vs N-1	2.6 -6.4% Vs N-1	84 € 8% Vs N-1	220 € 1% Vs N-1	117 € -1% Vs N-1
7732680 (225...) -18% Vs N-1	1.7 -3.7% Vs N-1	55 € 5% Vs N-1	94 € 1% Vs N-1	49 € -1% Vs N-1
11614038 (33...) -14% Vs N-1	1.0 0.0% Vs N-1	38 € 2% Vs N-1	38 € 2% Vs N-1	20 € -0% Vs N-1

-- Total (sans les Sleepers) --



Nombre d'utilisateurs

Temps projet
3 semaines

Technologies

