

Le Slip Français booste ses ventes e-commerce grâce à AB Tasty

En 2022, Le Slip Français, marque pionnière du e-commerce, s'est alliée à AB Tasty pour optimiser ses recommandations produits et booster ses conversions. Avec plus de 400 000 visiteurs mensuels, la marque vise à améliorer son parcours client et augmenter ses ventes.

Le Slip Français, marque iconique spécialisée dans les sous-vêtements et vêtements 100 % Made in France, est devenue un acteur incontournable des DNVB (Digital Native Vertical Brand). Avec plus de 400 000 visiteurs uniques par mois et un chiffre d'affaires annuel de 23 millions d'euros, la marque a rapidement identifié la nécessité d'améliorer son expérience d'achat en ligne pour conserver son avantage compétitif. En 2022, Le Slip Français s'est associé à AB Tasty Recommendations et Merchandising pour optimiser son parcours client et maximiser ses conversions.

LE DÉFI

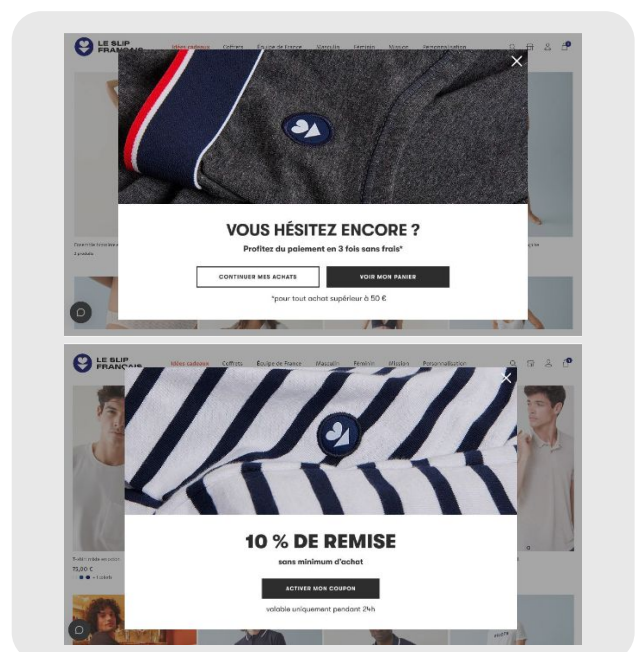
Face à l'élargissement de sa gamme de produits pour inclure des vêtements d'intérieur, maillots de bain et une collection de prêt-à-porter, la marque a dû relever le défi d'orienter ses visiteurs à travers un catalogue de près de 1 000 produits. Avant AB Tasty, la gestion des recommandations produits était manuelle, ce qui impliquait des processus chronophages et des suggestions parfois moins pertinentes. Pour résoudre ces problématiques, Le Slip Français a déployé les blocs de recommandations personnalisées d'AB Tasty aux moments clés du parcours d'achat :

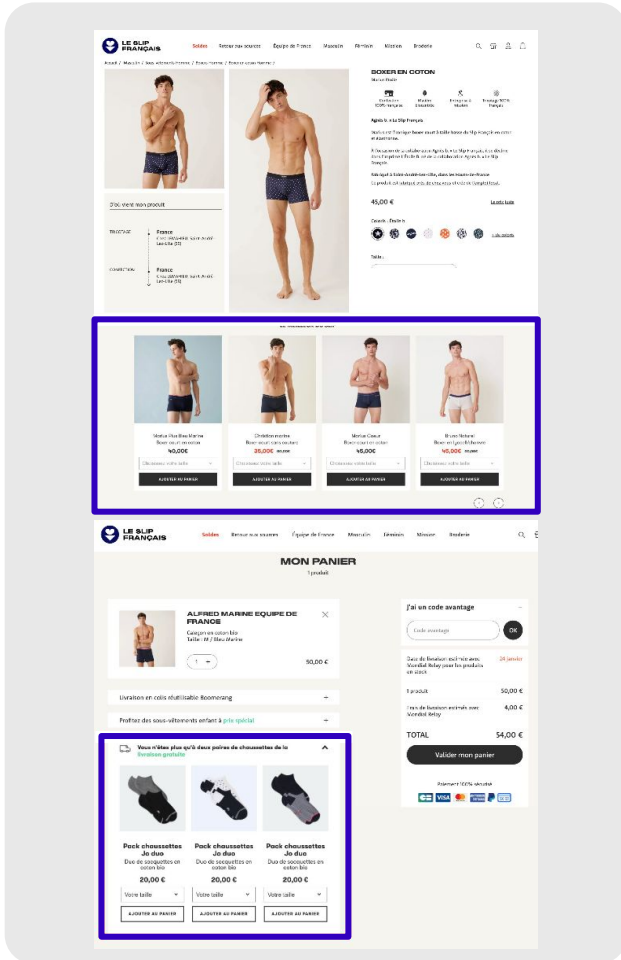
- **Pages produits** : affichage de produits associés sous l'article principal, encourageant l'exploration et augmentant les conversions.
- **Page panier** : suggestions d'articles additionnels en fonction du contenu du panier, incitant les clients à augmenter la valeur de leur commande.

LA SOLUTION

Les recommandations personnalisées d'AB Tasty ont été intégrées en toute fluidité sur le site e-commerce de Le Slip Français, offrant des suggestions pertinentes aux moments opportuns du parcours client. Cela incluait :

- **Recommandations produits** : suggestions adaptées et déclenchées au bon moment, basées sur le comportement et les préférences des visiteurs.
- **Pop-ups ciblés** : déclenchés pour les visiteurs moins enclins à convertir, les encourageant à finaliser leur achat avec des offres personnalisées.





LES RÉSULTATS

L'implémentation d'AB Tasty a généré des résultats impressionnants :

- **Recommandations produits** : entre juillet et décembre 2022, ces blocs ont généré 181 000 € de ventes directes, soit une moyenne de 1 200 € par jour.
- **Pages produits** : 9 % des visiteurs ayant interagi avec les recommandations ont dépensé 9 fois plus que ceux qui ne l'ont pas fait, représentant 9 % du chiffre d'affaires du site pendant cette période.
- **Pages panier** : 6 % des visiteurs ayant utilisé les blocs de recommandations ont dépensé 40 % de plus, générant 3,6 % du chiffre d'affaires.
- **Pop-ups ciblés** : entre novembre et décembre 2022, ces pop-ups ont généré 20 000 € de ventes, avec une moyenne de 540 € par jour.

"Nous n'avons pas eu besoin d'impliquer notre équipe technique. La solution AB Tasty s'est parfaitement intégrée à notre environnement technologique et à notre design, tout en apportant des résultats business tangibles."



Guillaume Dassonville
Responsable E-commerce

LES BÉNÉFICES

Le Slip Français a également profité de la technologie sans cookies d'AB Tasty, qui respecte la confidentialité des utilisateurs tout en maintenant des performances élevées sur le site. La solution a nécessité un minimum de ressources internes, offrant ainsi une mise en place rapide et simple. Les insights basés sur les données et les benchmarks fournis par AB Tasty ont permis à la marque d'optimiser sa stratégie e-commerce en continu.

Ventes quotidiennes générées par les recommandations

€1,200

Ventes quotidiennes générées par les pop-ups ciblés

€540

6 % des visiteurs ont dépensé 40 % de plus grâce aux recommandations

+40%

9 % des visiteurs ont dépensé 9 fois plus grâce aux recommandations

+9x