

CASE STUDY

PRODUTOS

Engage™ e Recommend™

SEGMENTO

Cosméticos

DESAFIO

Para o lançamento do seu e-commerce, a Fabricante de perfumes e cosméticos procurava por uma solução para maximizar o engajamento das suas consumidoras, oferecendo uma experiência regional coerente com a vigência das campanhas, bem como considerasse a relevância de interações históricas com os produtos da marca.

RESULTADOS

A empresa utiliza as soluções Engage e Recommend da RichRelevance para a entrega de uma experiência personalizada em múltiplas camadas.

- ▶ Desde o lançamento do seu e-Commerce em parceria com a RichRelevance, as vendas online da fabricante crescem 40% mês a mês.
- ▶ Sortimento dinâmico de produtos e conteúdo de acordo com a celebridade da campanha garantem o alinhamento dos canais e marketing.
- ▶ A conversão do canal online tem crescido em diversas regiões em virtude da entrega de recomendações contextuais de acordo com cada campanha do catálogo.

“A Fabricante de Perfumes e Cosméticos tinha como objetivo levar produtos de alta qualidade para uma nova audiência online, e a RichRelevance nos ajudou a lançar nosso e-Commerce com uma experiência que comunica a assinatura da marca de levar produtos acessíveis com o poder das estrelas. Graças a experiência personalizada que a Richrelevance, podemos conectar os clientes com conteúdo e produtos que estão alinhados não somente com as nossas regras de negócio, mas também com suas necessidades. Estamos bem posicionados para o crescimento digital na medida que contamos com a RichRelevance como nossa parceira”

- Head of e-Commerce

Esta fabricante brasileira de cosméticos que pertencente a um grande conglomerado empresarial, alcançou seu sucesso em grande parte ao uso de imagem de celebridades em conjunto a produtos de valor acessível, que se traduz em luxo ao alcance de todos - o que é uma marca desta empresa. Em 2017, seu faturamento foi de R\$ 415 milhões e esperam dobrar esse número até 2020 por meio da revitalização da sua estratégia de vendas e o lançamento do canal Online.

Desafio

Na preparação do lançamento do e-commerce para suas consumidoras em 2017, a experiência deveria trazer todo o glamour das celebridades com a riqueza de personalização para as necessidades de cada indivíduo. A complexidade do projeto é que os ciclos de campanhas dos catálogos de vendas diretas variam de acordo com a região geográfica, o que faz com que pessoas em diferentes regiões tenham que ser apresentadas a conteúdos e ofertas que estejam vigentes na sua região naquele momento - essencialmente devem ser mostrados catálogos de produtos e campanhas de marketing em diferentes estágios de acordo com a região do visitante do site.

Além dessa segmentação geográfica, a fabricante de perfumes e cosméticos procurou enriquecer a experiência on-line, adaptando os sortimentos e o conteúdo dos produtos de acordo com as preferências individuais e o histórico de compras anteriores. Ao maximizar a relevância com conteúdo dinamicamente personalizado, a empresa procurou conquistar clientes e conquistar a fidelidade num mercado extremamente competitivo no Brasil.

Visão Geral da Solução

O novo e-commerce da empresa conta com a plataforma de personalização baseada em Inteligência Artificial da RichRelevance. A empresa conta com o RichRelevance Engage para detectar e veicular dinamicamente conteúdo, produtos e ofertas dependentes de localização, e o RichRelevance Recommend, em seguida, aplica a inteligência dinâmica para apresentar os itens mais relevantes para cada indivíduo de dentro do catálogo atribuído da região.

Como Funciona

Antes de implementar a solução da RichRelevance, a fabricante embarcou em uma extensa busca pela tecnologia certa para lançar sua presença no e-commerce. As soluções completas que prometiam a personalização ao lado de uma plataforma de comércio eletrônico não ofereciam a amplitude e a profundidade da funcionalidade para atender aos requisitos da mesma.

Em vez disso, a fabricante optou por selecionar e integrar duas das melhores soluções do mercado - a RichRelevance e a VTEX, a maior plataforma de comércio eletrônico da América do Sul. A VTEX ofereceu a velocidade de uma implementação de comércio eletrônico na nuvem, juntamente com a ampla funcionalidade comercial que a empresa buscava. A personalização dinâmica da plataforma RichRelevance, líder do setor, proporcionou a flexibilidade e o machine-learning específico para interação, a fim de fornecer as camadas de relevância contextual que ela precisava. Graças à arquitetura aberta e flexível do RichRelevance, a integração foi rápida e direta, com um cronograma de quatro meses, da seleção ao lançamento.

Desde a primeira visita do consumidor no site da fabricante, a Inteligência Artificial do RichRelevance Engage e Recommend personaliza dinamicamente a experiência do site em tempo real. Todo o conteúdo desde o banner na Home Page às outras imagens (desde o conteúdo sobre a celebridade ao sortimento de produtos e a navegação no site) é personalizada de acordo com a localização geográfica do consumidor, bem como seu histórico de navegação, contexto e comportamento. Um consumidor na Bahia pode receber o conteúdo referente a uma celebridade, que é diferente do que um consumidor do Rio de Janeiro esteja vendo, pois estão em campanhas diferentes.

Em cada interação do cliente no site, a Inteligência Artificial da RichRelevance aplica o algoritmo (entre +150 opções) com maior propensão a conversão para apresentar os produtos que sirvam melhor as necessidades de cada indivíduo, e aprende continuamente e otimiza a experiência em tempo real, seja dentro de uma única sessão ou em uma interação durante qualquer micro momento da jornada do cliente. Recomendações de reabastecimento, itens complementares, e lançamento de novos produtos são apresentados de acordo com cada contexto do ciclo de compra, respeitando sempre as regras de negócios estabelecidas no ciclo da região.

Desde o lançamento no final de 2017, a empresa trabalhou junto com a RichRelevance para estabelecer uma presença forte logo no início. O e-Commerce dela tem XX milhões de visitas mensais, de todos os cantos do país.

Graças ao conteúdo personalizado e a experiência individualizada oferecida pela fabricante, o engajamento tem sido bem alto em todas as regiões geográficas. As vendas online dispararam, mantendo o crescimento mês a mês desde dezembro. O novo canal de e-Commerce agora representa uma considerável parcela das vendas totais. E apesar do curto período de tempo desde o lançamento, o site da mesma está atraindo tráfego de retorno e vendas, graças a recomendações personalizadas para itens de reabastecimento e produtos complementares.

