

CASE STUDY



PRODUTOS

Experience Personalization Suite: Find™, Recommend™ e Engage™

SEGMENTO

Cosméticos e Perfumaria

DESAFIO

A Época Cosméticos tinha planos agressivos de crescimento, e não conseguia alavancar os resultados com as tecnologias utilizadas, foi então que viu na RichRelevance a possibilidade de gerar ganhos reais de performance.

RESULTADOS

A Época Cosméticos utilizou toda a plataforma RichRelevance Experience Personalization Suite, incluindo o Find™, para criar experiências individuais em todo o site.

- ▶ **17%** Conversão na Home
- ▶ **3x** Maior Engajamento
- ▶ **-47%** Taxa de Rejeição
- ▶ **1MM** Novos termos indexados no Google

“A RichRelevance nos ajuda a entender melhor nossos clientes porque temos numa única plataforma toda informação comportamental do nosso site, que nos permite analisar esse comportamento e agir para melhorar ainda mais a experiência de acordo com a necessidade do consumidor.”

- Márcio Carvalho

U/X Coordinator, Época Cosméticos

A Época Cosméticos é uma empresa do Grupo Magazine Luíza, e é líder em crescimento em todos os canais. Comercializam atualmente +16.000 SKUs, de mais de 740 marcas. Como posicionamento de marca, a Época acredita no poder transformador de cada pessoa explorar a beleza que escolhe ter. E oferece o mix mais completo do mercado para garantir que o cliente tenha todas as opções de produtos num único lugar.

Desafio

A Época tinha planos agressivos de crescimento, e seu time foi desafiado a buscar formas para turbinar seus resultados. Um dos pontos de melhoria levantados foi a personalização da jornada de compras de seus clientes. A Época utilizava um serviço local de recomendação de produtos e busca, mas estava encontrando barreiras nos seguintes pontos:

- ▶ Autonomia, pois não conseguiam um merchandising que conseguisse se adaptar e responder rapidamente a novas necessidades dos clientes e do negócio;
- ▶ Indexação das páginas do buscador, pois o buscador ficava num subdomínio, o que penalizava a Época e não a colocava em posições mais favorecidas;
- ▶ Assertividade, pois a ferramenta anterior não considerava o comportamento individual e contexto em tempo real de seus clientes, mas sim e somente, as similaridades desse indivíduo perante um grupo de clientes;
- ▶ Configurações não flexíveis e limitadas relacionadas a personalização dos conteúdos.

Solução

Com a personalização sendo uma prioridade, a Época Cosméticos optou por integrar a suíte de produtos RichRelevance a sua plataforma VTEX. A implementação foi facilitada pela BLUEFOOT, que usou da sua camada de integração nativa de produtos ao ambiente VTEX, contribuindo para concluir a implementação em menos de 4 semanas. Em Setembro/18 foi lançada a Busca Personalizada no APP, e logo em seguida, em Novembro/18 foi concluída a implementação do Find™ e do Recommend™ no canal online – justamente antes da BlackFriday, possibilitando então, uma experiência individualizada e em tempo real por meio de uma busca personalizada, recomendações de produtos e conteúdos inteligentes a cada cliente.

Como Funciona

Ao pensar em uma solução completa para melhorar a experiência nos diversos canais de interação com o cliente, a Época Cosméticos buscou por uma solução que fosse flexível e que combinasse dinamicamente Inteligência Artificial, dados comportamentais dos clientes, contextos implícitos e explícitos, para oferecer uma experiência mais individualizada possível para cada cliente.

As três camadas de personalização do Find™ permitiram a Época configurar diversos parâmetros e combiná-los com os dados de navegação dos clientes para mostrar como resultado produtos que tem a maior propensão de serem o que o cliente realmente procura. Além da configuração dos parâmetros, o Find™ permite que sejam aplicadas regras de negócio que levem em conta fatores como: disponibilidade de estoque, categoria do produto além dos atributos mais relevantes de seu catálogo. O Find™ permitiu a otimização das divulgações de marcas, maior possibilidade de monetização de espaços, oportunidade de Cross Selling de categorias e recomendação de banner por termo de busca.

Por meio do Experience Browser, a equipe da Época consegue monitorar em tempo real tudo o que está acontecendo no site. É possível entender quais produtos estão em evidência, quais regras de segmentação e merchandising estão sendo aplicadas a cada espaço destinado às recomendações de produtos ou banners, e assim, tomar decisões estratégicas rapidamente.

A funcionalidade de Advanced Merchandising da RichRelevance também possibilitou a criação de combinações perfeitas de produtos, eliminando assim, a necessidade do merchandising manual para a formação de combos.

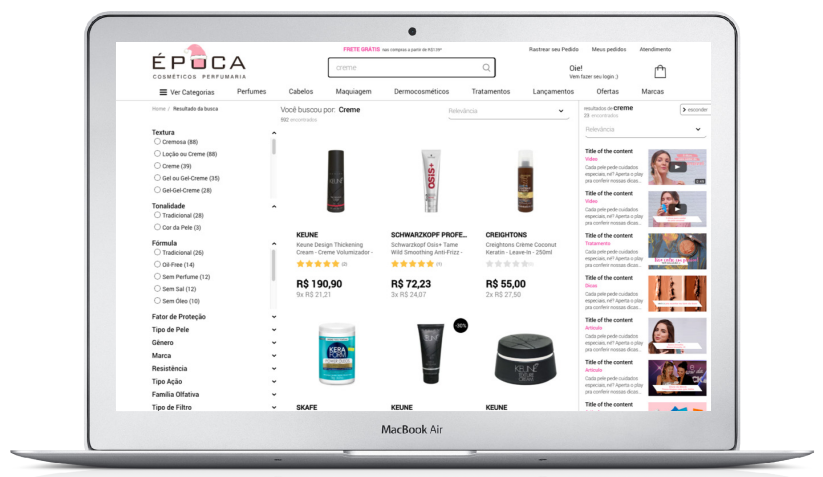
Resultados

Desde a implementação inicial da RichRelevance, a Época tem visto seus resultados crescerem de maneira impressionante. A Época experimentou uma melhora de 15% na performance de carregamento das páginas e um aumento de 77% nas sessões com adição de itens no carrinho em todo o site, e um aumento de 17% na conversão da Home.

Especificamente em relação a Busca, experimentou uma diminuição de 47% na taxa de abandono, um aumento de 61% na conversão, um aumento de 55% no valor médio do carrinho, além de um aumento de 300% no número de páginas por visita.

Considerando apenas a recomendação de produtos, a Época teve uma diminuição de 14% da taxa de abandono, e um aumento de 4% na conversão. Foi notado um engajamento 3x maior após a implementação do RichRelevance Recommend™.

A plataforma RichRelevance possibilitou não somente consertar a deficiência que a Época tinha em relação ao SEO, mas permitiu a criação de mais de 1 milhão de novos termos indexados para a página de resultado de busca, gerando um aumento de 58% no número de sessões originadas de resultados orgânicos.



+55 11 3090-8562



personalize@richrelevance.com



richrelevance.com.br