CASE STUDY - GRAIN DE MALICE

Come Grain de Malice ha ottimizzato la sua strategia omnicanale con le recensioni?

Recensioni Verificate by Skeepers

grain de malice

CASE STUDY - GRAIN DE MALICE

Il cliente

Grain de malice è un marchio di abbigliamento femminile prêt-à-porter. Con 167 negozi in francia e una forte presenza online, l'obiettivo di grain de malice è rendere lo shopping il più piacevole possibile... in modo omnicanale.

Dal suo lancio nel 2007, il brand esalta la bellezza femminile grazie ad un abbigliamento comodo e di tendenza, pensato per ogni taglia. La soddisfazione delle clienti è al centro di ogni decisione: l'utilizzo di recensioni verificate ne è una prova!

SETTORE
Vestiti & Accessori

SITO WEB
www.graindemalice.fr

CLIENTE RECENSIONI VERIFICATE DA
2018

PRODOTTI RECENSIONI VERIFICATE
Recensioni Brand
Recensioni Prodotto
Recensioni Punto Vendita
NPS

Laurent BACQUAERT
Responsabile CRM

« In una logica omnicanale cliente e prodotto, Recensioni Verificate by Skeepers è la soluzione che permette di raggruppare l'insieme di questi elementi! »

Le sfide

Mettere le opinioni dei clienti al centro della strategia

Per Grain de Malice, la strategia del brand è semplice: mettere la cliente al centro di ogni decisione strategica.

Dai dati all'esperienza vissuta online o in negozio, la posizione di ogni cliente è al centro di tutte le attenzioni. Per mettere in pratica questa visione "customer-centric", la sfida era utilizzare le recensioni come un indicatore chiave delle performance. Ma al di là dell'aspetto quantitativo (il numero di opinioni), l'azienda attribuisce una reale importanza all'aspetto qualitativo delle recensioni raccolte.

Le sfide

Condividere i dati con le persone coinvolte

Raccogliere le recensioni a seguito di un'esperienza di acquisto non è l'unica preoccupazione di Grain de Malice. Ogni recensione è analizzata e condivisa internamente con tutte le parti coinvolte.

Che si tratti di un'opinione sull'accoglienza in negozio, le vetrine, i prodotti, la consegna... Tutte le recensioni sono valutate per migliorare continuamente i diversi percorsi di acquisto.

Per la gestione delle varie recensioni, i responsabili di prodotto, i coordinatori regionali e i direttori di negozio sono tutti coinvolti. Da Grain de Malice vedrete che la globalità è al primo posto!

Le sfide

Favorire l'omnicanalità

Con Recensioni Verificate by Skeepers, il brand può gestire tutti i feedback dei clienti, qualsiasi sia il canale di acquisto. Questa strategia collettiva che coinvolge prodotto, commerciale, e-commerce e CRM porta i suoi frutti. L'azienda utilizza la Voce del Cliente come strumento di omnicanalità, avendo sempre la possibilità di differenziare i vari canali di distribuzione.

I questionari possono essere facilmente personalizzati, ad esempio con il punto vendita su cui lasciare la recensione. Grazie alla possibilità di differenziare i canali, l'azienda può mettere in pratica delle azioni specifiche.

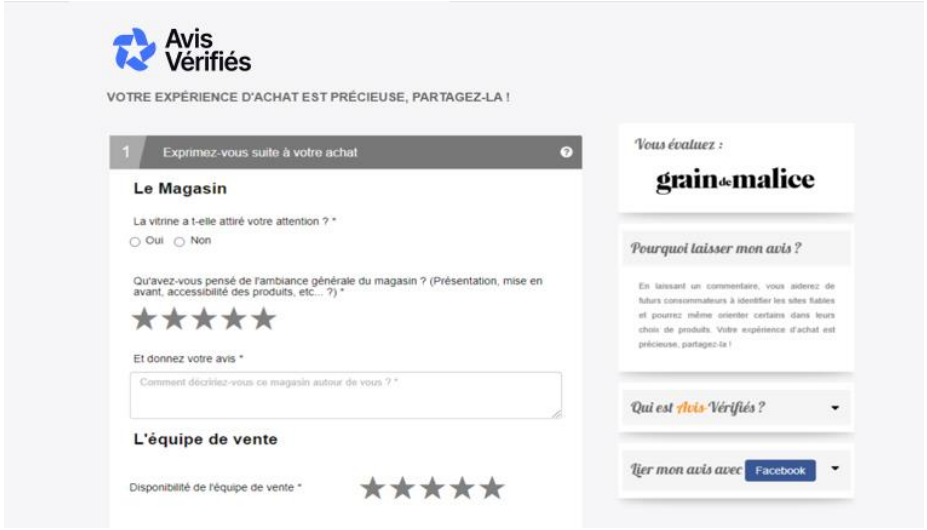
Le sfide

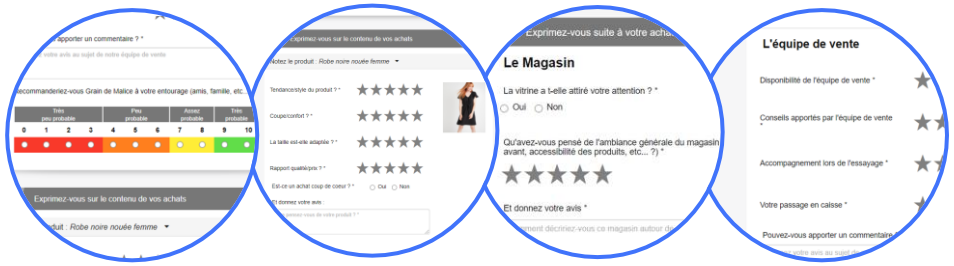
Grain de Malice può condividere le recensioni raccolte tra i suoi collaboratori, ma anche sul suo sito web per migliorare la reputazione e la visibilità del brand.

“Siamo un’azienda omnicanale: vogliamo abbattere le barriere tra i vari reparti aziendali!”

CASE STUDY - GRAIN DE MALICE

Le soluzioni





NPS | Recensione Prodotto | Recensione Negozio | Recensione Staff

Il formulario di raccolta **recensioni** come garanzia di soddisfazione omnicanale

I risultati

77,86

Punteggio **NPS**

È il punteggio NPS di Grain de Malice. Il brand sfiora l'eccellenza: nel settore prêt-à-porter la media è di 55!

+20 %

Aumento del **tasso di riacquisto**

Aumento per i clienti i cui reclami sono gestiti da Grain de Malice (comparato ai livelli precedenti all'utilizzo di Recensioni Verificate by Skeepers).

I risultati

Recensioni raccolte

73.242

È il numero di recensioni raccolte da febbraio 2018. Grazie ad esse, l'azienda ha messo in atto numerose azioni per gestire i casi di insoddisfazione... Ma anche per fidelizzare i clienti soddisfatti, identificando per esempio delle potenziali ambasciatrici!

Punteggio medio

4,7/5

È il punteggio medio globale di Grain de Malice. Questo voto è al di sopra di 0,2 punti della media del settore.

CASE STUDY - GRAIN DE MALICE

La gestione delle recensioni

Le recensioni per un’analisi globale di prodotti e punti vendita

Da Grain de Malice, ogni reparto interessato viene coinvolto nella gestione delle recensioni.

I responsabili di prodotto hanno accesso alla piattaforma Recensioni Verificate by Skeepers e a un report mensile sui prodotti. Grazie alle recensioni, sono in grado di prevedere delle tendenze, così come il successo o il flop di una collezione. I feedback completano l’analisi delle vendite e del ciclo di vita di un prodotto, i cui effetti sono a volte difficili da prevedere. Con le recensioni i responsabili di prodotto possono capire perché la cliente compra: queste informazioni sono una miniera d’oro nella definizione dell’offerta!

Anche i coordinatori regionali hanno accesso al back-office della piattaforma e ricevono dei report divisi per regione con cui possono gestire i vari negozi. In funzione di queste analisi, possono individuare delle buone pratiche da adottare o al contrario dei processi non rispettati.

Anche ogni direttore di negozio riceve un report mensile sulle recensioni raccolte in base al punto vendita. Sono comunicati i dati relativi alle performance di ogni regione, così come una classifica dei migliori negozi. Il report non solo evidenzia i punti di forza e i punti di debolezza riscontrati dalle clienti. L'obiettivo è il miglioramento continuo: ogni negozio può subito mettere in atto dei piani di ottimizzazione concreti.

CASE STUDY - GRAIN DE MALICE

La gestione dei casi di insoddisfazione

Per ogni caso di insoddisfazione, una proposta personalizzata

Per Grain de Malice la gestione degli episodi di insoddisfazione è presa con la massima serietà.

Quando un’esperienza in negozio riceve un voto inferiore a 3 su 5, il punto vendita chiama sempre la cliente. In base al motivo di insoddisfazione, vengono subito proposte delle soluzioni personalizzate. Se ad esempio si tratta di una lamentela sullo staff, viene offerta una consulenza personalizzata di un’ora con un’addetta alle vendite.

“Nonostante l’importanza delle recensioni, i nostri addetti alle vendite non ricevono dei premi in base alla soddisfazione dei clienti. La ragione è semplice: vogliamo dei feedback sinceri e onesti. Giochiamo la carta della trasparenza fino in fondo!”

Se viene lasciata una recensione inferiore a 3 su 5 per un’esperienza di acquisto online, il call center di Grain de Malice chiama la cliente. Nel caso il problema sia la qualità del prodotto, alla cliente vengono proposti un reso o una sostituzione con un altro articolo. L’episodio viene subito riportato al servizio prodotti. Se si tratta di un’insoddisfazione legata al prezzo, lo staff ha la possibilità di rilasciare un buono di acquisto.

I prossimi progetti

Far risuonare la voce del cliente Ancora Più forte!

Per Grain de Malice l'engagement dei clienti è fondamentale. Per fidelizzarli, l'azienda ha pensato a un programma « Ambassadeur » il cui obiettivo è far diventare le clienti soddisfatte delle ambasciatrici del brand. Questo programma coinvolgerà 20.000 clienti che hanno rilasciato un punteggio NPS tra 9 e 10.

I prossimi progetti

Far risuonare la voce del cliente Ancora Più forte!

Con la stessa logica, dovrebbe partire prossimamente un programma di sponsorizzazione.

« Non vogliamo promuovere il nostro brand solo con la pubblicità tradizionale. Chi meglio dei nostri clienti può parlare dei nostri prodotti e del nostro modo di fare? »

Per saperne di più, bisognerà stare attenti alle prossime novità di Grain de Malice...

La soluzione

Recensioni Verificate

by Skeepers

Every Opinion Matters

Richiedi una demo