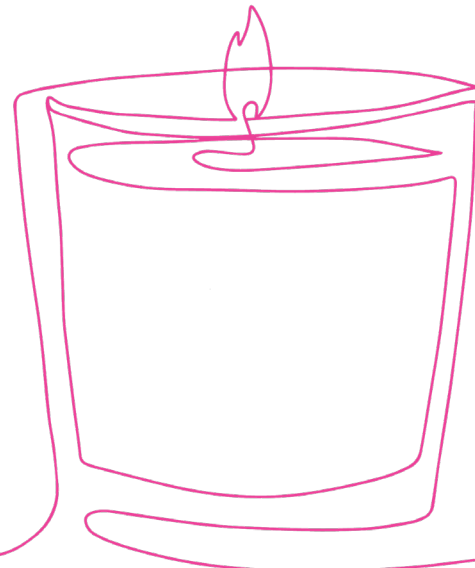




Diptyque est un parfumeur français reconnu dans le monde entier pour ses prestigieuses bougies et fragrances. Réunis par une vision créative commune, les amis Christiane Gautrot, Desmond Knox-Leet et Yves Coueslant ont ouvert en 1961 la première boutique Diptyque à Paris, au 35 boulevard Saint-Germain.

CHALLENGE

Comme de nombreuses marques qui vendent en magasin physiques et en ligne, Diptyque s'est efforcé de créer une vue unifiée de ses clients, en rassemblant l'ensemble de ses contacts en ligne et en magasin, afin de permettre une expérience hautement personnalisée. Désormais, leurs priorités sont les suivantes :

- **Améliorer...** l'expérience utilisateurs des équipes marketing en intégrant toutes les informations clients dans la CDP imagino. L'objectif étant de faciliter la mise en place et l'activation de leur écosystème d'outils marketing à partir d'une solution unique, imagino.
- **Faciliter...** l'acquisition de nouvelles données clients et l'identification des clients existants en magasin et en ligne.
- **Accéder...** à toutes les données clients transmises par les conseillers de vente en magasin et en ligne.



SOLUTION

imagino a développé un système de référence client unique. Ce système a permis d'améliorer l'expérience pour les équipes marketing en intégrant ce référentiel unique dans la CDP imagino, afin de personnaliser et d'activer leur écosystème d'outils à partir d'une seule solution.

RÉSULTATS

En plus d'améliorer considérablement la pertinence des communications digitales de Diptyque grâce à une connaissance plus poussée des achats effectués en physique, la mise en place de la CDP imagino a transformé l'expérience client en magasin ! Les conseillers de vente ont désormais un accès instantané au fichier clients sur des tablettes numériques, ce qui leur permet d'afficher en temps réel les données relatives aux clients et de personnaliser véritablement l'expérience de vente.



imagingino