



Koçtaş

通过将追加销售转换率增加 120%，显著提高平均在线订单的价值

概述

需求

为了提升其电子商务渠道的平均订单价值，Koçtaş 希望利用各种追加销售机会。

答案是每位客户提供个性化的产品推荐 - 但如何才能实现？

解决方案

Koçtaş 与 IBM 业务合作伙伴 Tani 合作部署了 IBM® ExperienceOne 解决方案。现在，该公司能够在其在线和电子邮件营销活动中自动提供量身订造的产品推荐。

收益

通过根据在线行为的真实洞察来个性化和增强客户体验，Koçtaş 将其追加销售转换率提高了 120%，将购物车遗弃率减少了 15%。

Koçtaş 于 1996 年在土耳其博尔诺瓦成立，是与 Kingfisher plc 的合资企业的一部分，也是土耳其领先的家居装饰零售商。

如今，该公司已经建立了成熟的国内和国际供应商网络，通过电子商务站点和超过 40 个多形式零售店销售数万个品牌的产品。

通过有针对性的推荐推动销售增长

作为其长期业务增长战略的一部分，Koçtaş 希望提高其电子商务渠道上每位客户的平均价值。该公司认识到个性化的产品推荐可帮助其提高转换率并提供所需的财务收益，但将战略付诸实施存在着挑战。

过去，Koçtaş 依靠一种手动的数字营销方法。电子商务网站上的产品推荐由专人负责更新，需要业务部门的专门人员投入时间和精力。

确定每位客户的偏好是提高销量的强大工具。“使用动态的产品推荐，我们可以突出显示销售目录中客户可能从未发现的补充性商品 - 促进追加销售而不增加手动工作量，” Koçtaş 的全渠道经理 Serhat Uğur 说。



解决方案组件

软件

- IBM® ExperienceOne
 - IBM Digital Analytics
 - IBM Product Recommendations

IBM 业务合作伙伴

- Tani

除了不断增长的运营成本，对手动工作的依赖也限制了可伸缩性。推荐内容是静态的，并且根据每个类别中较少的畅销产品分类。因此不可能确保所推荐的产品将与每位网站访问者相关，这减少了转换机会。

为了生成新的追加销售机会和最大限度提高转换率，Koçtaş 希望揭示其整个产品目录中隐藏的关联性，为每位客户提供最优的推荐内容。

选择 IBM ExperienceOne 解决方案

为了提高其数字营销过程的有效性，Koçtaş 选择了 IBM Digital Analytics 和 IBM Product Recommendations 软件，它们是 IBM ExperienceOne Customer Analytics 解决方案集的一部分。这些解决方案使 Koçtaş 能够将其客户作为个体来进行互动 - 帮助公司吸引新客户，满足现有客户的需求，以及最大限度提高客户的终生价值。

Koçtaş 与它信赖的 IBM 业务合作伙伴 Tani 合作配置了 IBM ExperienceOne 解决方案，通过识别客户的浏览模式、购买倾向与遗弃倾向之间的相互关系来检测关联性。

接下来该公司设计了业务逻辑，根据真实客户行为的深入洞察来提供个性化的推荐内容。通过利用一组成熟的算法和非常详细的业务规则，商家可以细化推荐引擎，最大限度提高市场营销战略的有效性。

在不到 3 个月的时间内，Koçtaş 在其在线和移动电子商务渠道中实施了全新的数字营销战略。如今，该公司使用 IBM Digital Analytics 并根据客户当前的浏览模式、浏览历史和购买历史来识别客户行为。基于此洞察，IBM Product Recommendations 实时向每位电子商务访问者提供量身订造的相关建议。

因产品推荐而导致的销量以前仅占电子商务销量的9%，现在已飞涨到超过13% - 提高了40%。

实现收益

有了 IBM ExperienceOne 解决方案来支持其营销流程，Koçtaş 正在稳步实现其电子商务目标。

通过提供更好的产品推荐分类，Koçtaş 为网站访问者提供了更有吸引力且相关的购物体验。现在该公司不再向每位电子商务访问者显示其畅销产品的静态列表，而是展示其整个目录中具有最高关联性的最相关产品。

个性化营销的效果非常显著 - 用户在每个会话中浏览的页数已增长了 15% 以上。因产品推荐而导致的销量以前仅占电子商务销量的 9%，现在已飞涨到超过 13% - 提高了 40%。

将追加销售转换率增加 120%

Koçtaş 现在使用 IBM ExperienceOne 解决方案以全新的方式提供产品推荐。举例而言，如果客户向购物篮中添加了一件商品，但最终结束了浏览会话，该公司会自动发送一封电子邮件，其中包含客户可能未考虑的替代商品。

与推荐产品进行交互的客户不仅更可能购买该产品，而且也更可能向其购物篮中添加额外的商品。事实上，Koçtaş 将其追加销售转换率增加了 120% - 显著提高了每个订单的平均价值。

顺应未来

作为其数字营销旅程的下一步，Koçtaş 计划通过其实体店的离线交易数据来扩充其推荐战略。通过向全渠道市场营销战略转变，Koçtaş 旨在使其店内人员能够根据每位客户的在线行为提供量身订造的产品推荐 - 改进客户体验并创造新的销售机会。

更多信息

要了解 IBM Smarter Commerce 解决方案的更多信息，请联系您的 IBM 销售代表或 IBM 业务合作伙伴，或者访问以下网站：

<http://www.ibm.com/commerce/cn-zh/>

800-810-1818 转 2400（座机）

400-810-1818 转 2400（手机）



© 版权所有 IBM Corporation 2014

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589

在美国印刷 2014 年 9 月

IBM、IBM 徽标、ibm.com 和 Smarter Commerce 是国际商业机器公司在全球许多司法管辖区的商标或注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。关于 IBM 商标的最新列表，请访问 ibm.com/legal/copytrade.shtml 的“Copyright and trademark information”部分。

本文包含截至出版之日的最新信息，IBM 可能随时更改这些信息。不是所有产品都可用于 IBM 运营的每个国家/地区。

所引用的性能数据和客户示例仅供参考。实际的性能结果可能会有所不同，具体取决于特定的配置和操作条件。本文中的信息“按原样”提供，不含任何明示或暗示的担保，包括但不限于适销性，特定用途的适用性，以及有关非侵权性的任何担保或条件。IBM 产品的担保依据的是它们所遵循的协议中的条款和条件。



请回收利用