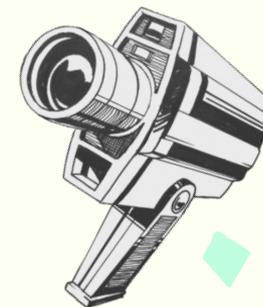




Les photos et vidéos de consommateurs (UGC)

Leviers d'engagement, de fidélisation et de conversion.



Février 2023  
StartUp Morning @Le Figaro

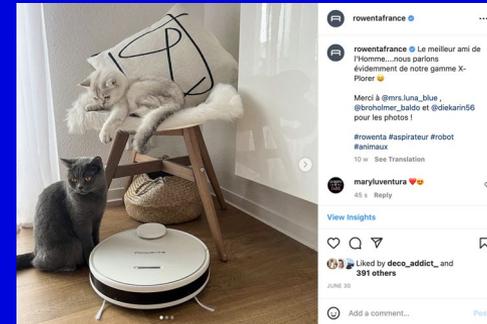
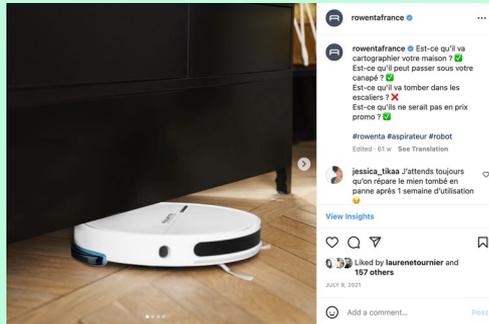
# Les réseaux sociaux, le canal où vos consommateurs s'expriment le plus



514 likes  
garnierfr Une peau illuminée qui semble aussi reposée qu'après une longue nuit de sommeil ? Et en 5 minutes seulement ? Découvrez... more



# Identifier et collecter des contenus authentiques créés par les consommateurs



Il est devenu **indispensable**

Orienter les communautés dans leurs créations pour renforcer les messages de marque

“Potentialiser” les performances liées à l’usage des UGC



# AdAlong

Transformer les consommateurs et leurs contenus en leviers de croissance

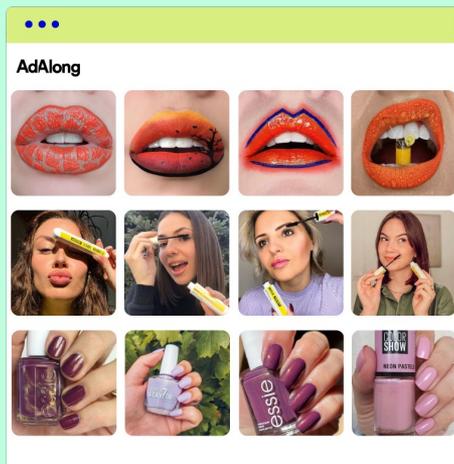
## CRM Social

Un taux de réponse de 80%



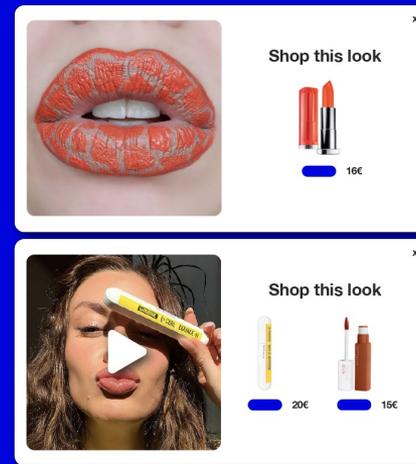
## Smart Library d'UGC Shoppable

22K labels visuels



## Diffusion Omnicanal

Un taux de conversion x2



FisherPrice

modz

Rowenta



GARNIER

L'ORÉAL

MAYBELLINE

NYX

LYON  
AÉROPORT



courtepaille

Etam

Allianz



PONANT

Barbie

## Challenge 1 la récupération et la gestion des UGC



La gestion des UGC en provenance du social est très **chronophage**...



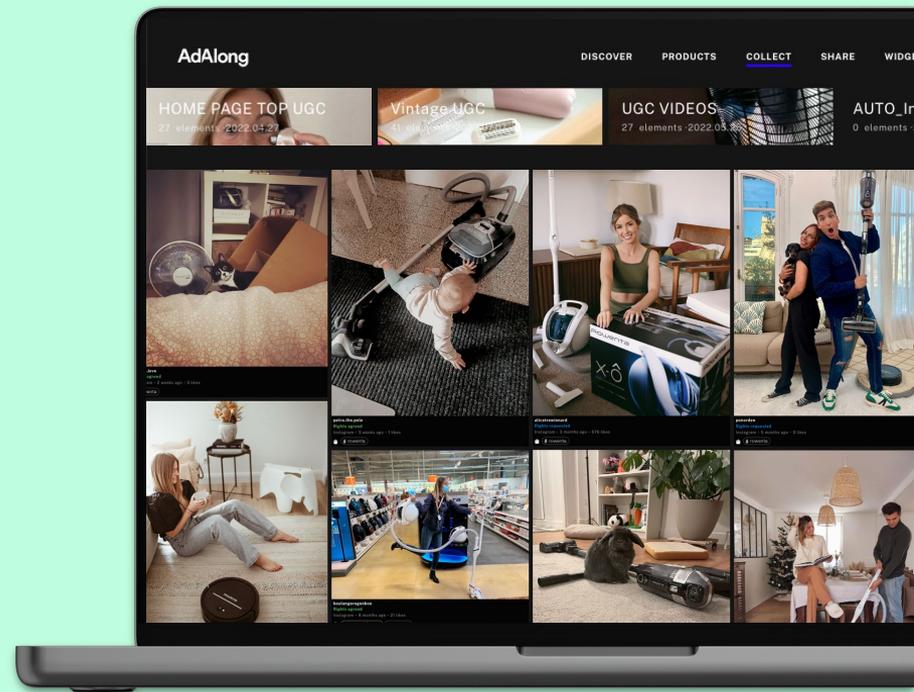
Un match entre UGC et catalogue produit difficile

## Rowenta + AdAlong

Tous les UGC Rowenta postés sur Instagram rassemblés et automatiquement organisés

Connectée au catalogue produit, réseaux sociaux, site web...

Des performances mesurées par AB Tasty en collaboration avec les équipes AdAlong



# Rowenta + AdAlong : Une collaboration réussie



1,5K

Contenus consommateurs  
Rowenta collectés chaque  
mois par AdAlong

30%

Taux de réponse des  
consommateurs aux messages  
Rowenta envoyés via AdAlong



# Une **conversion** en e-com significative avec les UGC

## +70%

Sur le CTA “click add to cart”  
sur les visiteurs exposé aux  
UGC

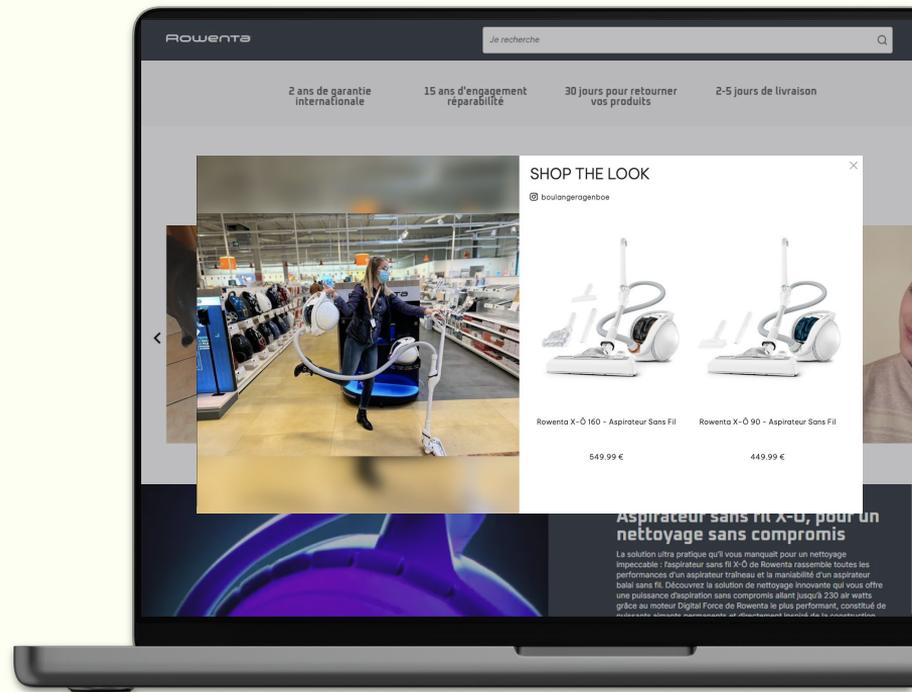
## x3

Taux d'engagement sur les UGC  
vs. autre CTA sur la page

## +6%

Revenue uplift par an sur  
Rowenta FR (Bénéfice à multiplier par  
le nb de sites déployés)

**AB Tasty**



## Challenge 2 l'implémentation



Trop **peu d'UGC** pour couvrir le catalogue produits



Peu d'attention accordée au **UI/UX**



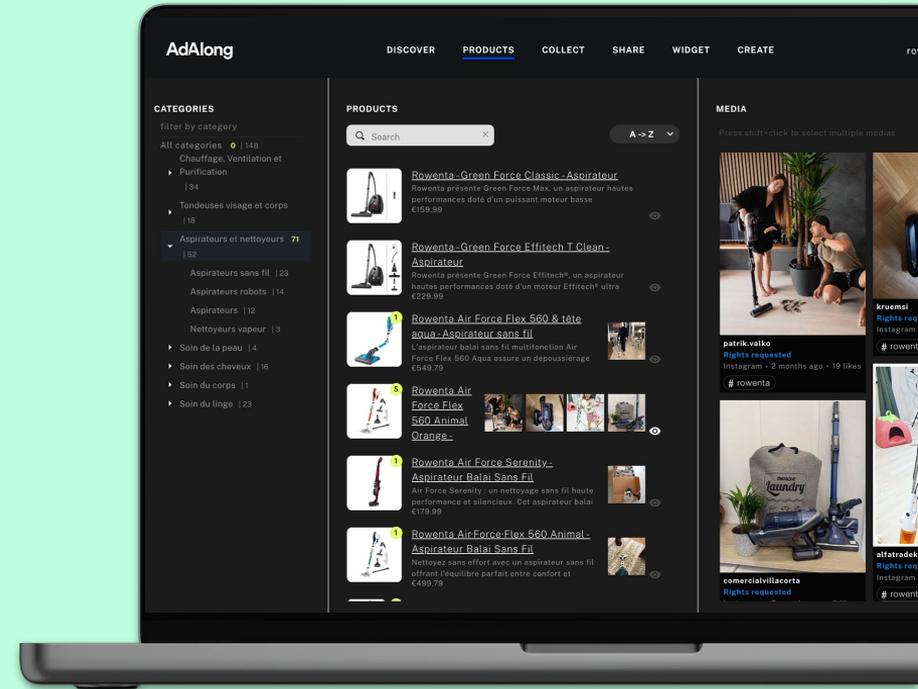
Les galeries UGC augmentent le temps de **téléchargement des pages**

# L'Optimisation nombre d'UGC x Catalogue produit par AdAlong

Support et recommandation de l'équipe AdAlong

Intégration live du catalogue produit : Les UGC liés à la catégorie et à la référence produit

Flexibilité du déploiement pour maximiser les zones de diffusion

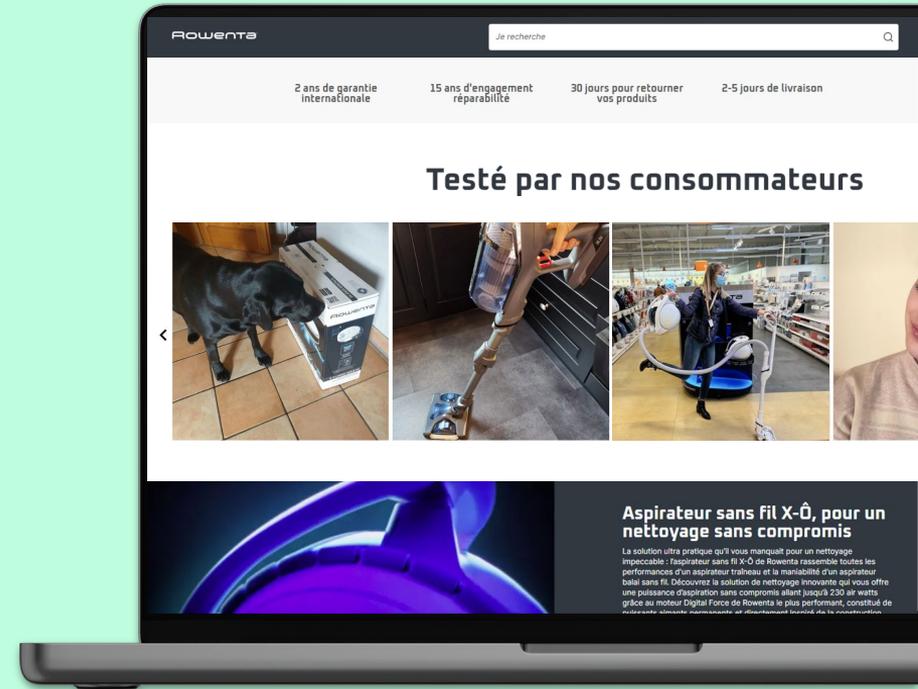


# Le déploiement sur le site Web

Recommandation UI/UX de l'équipe AdAlong

Vérification de l'implémentation en production par l'équipe AdAlong

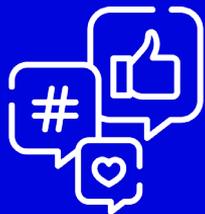
Un déploiement en 6 semaines



---

# Thank You.

Should you have any question, feel free to contact us



**Clemence Demerliac**

CEO & Founder

[clemence@adalong.com](mailto:clemence@adalong.com)

