



## COMMENT L'OPTIMISATION DU CROSS-SELL A AUGMENTÉ LE TAUX DE CONVERSION AU CHECKOUT

### UNE AUGMENTATION SIGNIFICATIVE DES KPIS DE CROSS-SELL



**+6%**

panier moyen global



**+37%**

conversion après ajout de produits cross-sell



**+12%**

revenu après ajout de produits cross-sell

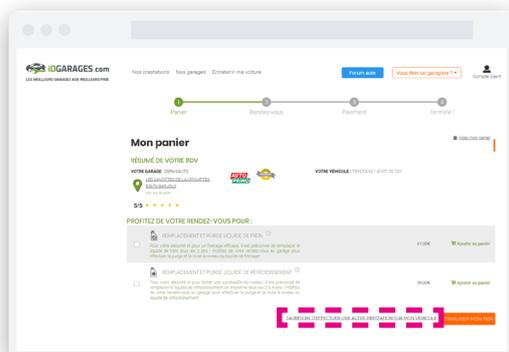
Faire un devis, comparer, réserver, le tout depuis son desktop ou son mobile : quelle que soit la prestation, **700'000 visiteurs uniques par mois** font confiance à la **plateforme iDGARAGES** et à ses **3500 garages certifiés**. Un trafic de taille qui fait du **checkout** une **pièce cruciale des revenus de la marque**.

### 1. UNE OPTION DE CROSS-SELL À L'ORIGINE D'UNE PERTE DE REVENU

iDGARAGES l'a bien compris : le passage en atelier est un point important de la sécurité d'un véhicule, qui nécessite un **certain investissement en temps et en argent** de la part du propriétaire. **Pour optimiser ces démarches, les équipes digitales avaient naturellement ajouté un bouton de cross-sell** lors du checkout. Le but ? La possibilité de compléter son panier par d'autres prestations.

**Problème** : ce bouton de cross-sell, situé à coté du CTA de finalisation de la commande, menait vers la page du garage sélectionné, et **semblait constituer une perte importante de revenu...**

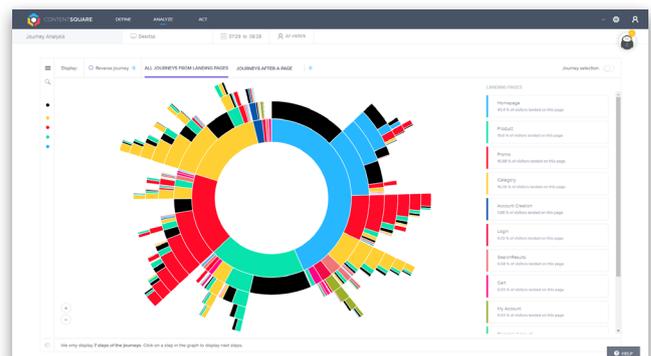
Le bouton de cross-sell durant le checkout, à l'origine d'une perte de revenu.



### 2. UNE ANALYSE DU PARCOURS CLIENT POUR COMPRENDRE RÉELLEMENT LES COMPORTEMENTS LORS DU CROSS-SELL

A l'aide de l'outil "Parcours de Navigation", les équipes d'iDGARAGES ont pu identifier et qualifier rapidement la perte de revenu. En voulant ajouter une prestation supplémentaire et en étant redirigés vers une autre page, **40% des visiteurs quittaient le site, alors qu'ils étaient prêts à finaliser leur commande !**

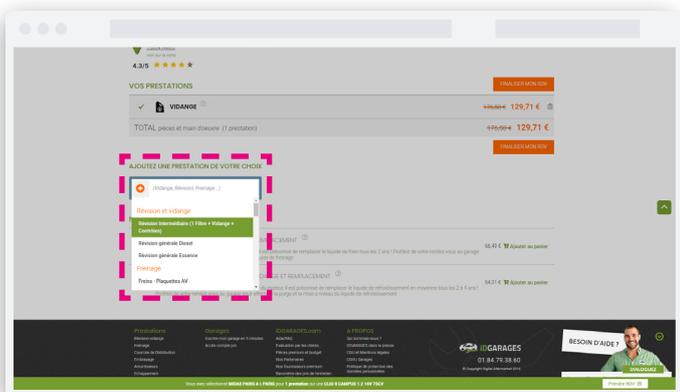
Grâce au Parcours de Navigation, iDGARAGES a pu identifier et quantifier la perte de revenu liée au cross-sell.



### 3. L'AJOUT D'UNE BARRE DE RECHERCHE, UN SUCCÈS IMMÉDIAT

Pour les équipes digitales d'iDGARAGES, pas de doute : il fallait que les visiteurs puissent ajouter des prestations à leurs paniers sans quitter la page du checkout. **Pour cela, ils ont ajouté une barre de recherche sur cette même page.**

Les résultats ont alors été immédiats : lors du checkout, **la conversion après ajout de produits cross-sell a alors augmenté de 37%**, et les revenus liés aux produits cross-sell de **+12%**. iDGARAGES a également réussi à **accroître son panier moyen : +6%** !



L'ajout d'une barre de recherche sur la page de checkout a prouvé être la solution aux pertes de revenu sur le cross-sell : **+37%** de conversion !

« Le site **iDGARAGES.com** a toujours été un **pure player**, avec de **grands enjeux UX** et de lourdes responsabilités business sur les épaules de l'équipe marketing. Nous devons nous assurer en permanence que tous les éléments du site aident nos clients à **trouver ce qu'ils veulent et à convertir le plus facilement** leur parcours. Grâce à Contentsquare, c'est possible. **L'équipe marketing est autonome pour détecter rapidement et dans les moindres détails** l'ensemble des points bloquants de notre interface, de la performance des bannières à l'accessibilité des menus. »



**Karen Revah**  
Chargée de projets Digitale Marketing,  
iDGARAGES

## À propos de Contentsquare

Contentsquare est une plateforme d'optimisation de l'expérience digitale.

Nous aidons les entreprises à comprendre comment et pourquoi les utilisateurs interagissent avec leurs sites web, leurs sites mobiles et leurs applications.

Notre technologie capture des milliards de mouvements de souris et de gestes tactiles, et transforme ces données en actions rentables.

Concrètement, les entreprises augmentent les interactions sur leurs interfaces digitales, réduisent leurs coûts d'exploitation et maximisent leurs taux de conversion.

