



KENZO ET CONTENTSQUARE : MISSION CONVERSION



+25%

versus même période
année précédente



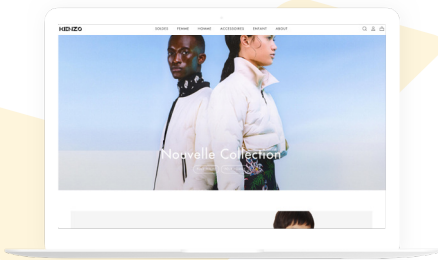
+50%

de taux de
conversion

AUGMENTATION SIGNIFICATIVE DES KPIS EN 7 JOURS



La maison Kenzo est fondée à Paris par Kenzo Takada. Aujourd'hui la société française de conception, de fabrication et de vente de produits compte parmi les maisons du groupe LVMH.



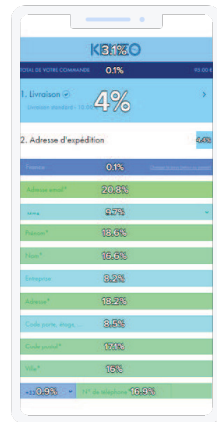
Le challenge

Après mise en production du nouveau checkout de leur site web, les équipes e-commerce de Kenzo observent un taux de transformation en décroissance. Deux options s'offrent alors : revenir en arrière ou bien identifier l'origine du problème.

Méthodologie

Les analyses menées à travers la solution Contentsquare sur le tunnel d'achat au global et l'étape de checkout en particulier permettent de rapidement mettre en lumière des points de blocage comme des anomalies dans l'ergonomie des formulaires de coordonnées et donc à la finalisation de l'acte d'achat, ou encore un manque de visibilité ou de compréhension de certains Call To Action.

En une semaine ces constats donnent le jour à des recommandations opérationnelles d'optimisation du site web, qui, accompagnées de recommandations d'experts de l'UX, vont donner aux équipes web de Kenzo la matière nécessaire pour effectuer sans attendre les modifications et rétablir la situation.



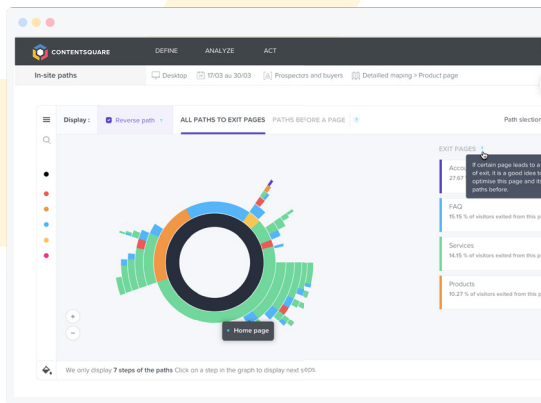
Zoning montrant un pourcentage élevé d'utilisateurs retournant en arrière via un bloc de livraison mal placé.

Résultats

Les optimisations mises en oeuvre sur le site **Kenzo.com**, comme des éléments de réassurance à l'étape de paiement ou encore la simplification du parcours d'identification, ont rapidement permis d'améliorer plus que significativement le taux de transformation.

En 7 jours :

Boost du taux de conversion x 1,5
+50% de conversion
+25% versus même période année précédente



À l'aide du Parcours de Navigation, Kenzo a pu identifier rapidement les points de blocage



À propos de Contentsquare

Contentsquare permet aux marques de créer de meilleures expériences digitales sur leurs sites web, mobile et Apps.

Notre technologie collecte des milliards de mouvements de souris et d'interactions Mobile, afin d'analyser le parcours des utilisateurs, d'identifier les points de friction, de mesurer la performance des contenus (textes, images, vidéos), et de comparer l'impact des prix et la pertinence des produits. Contentsquare transforme ces données en recommandations, qui permettent aux entreprises de prioriser leurs décisions et d'augmenter leur conversion et leur chiffre d'affaires.

Pour en savoir plus, visitez [contentsquare.com](https://www.contentsquare.com)