

## CASE STUDY

L'OCCITANE  
EN PROVENCE



COME L'OCCITANE HA INCREMENTATO LE CONVERSIONI  
COMPRENDENDO GLI UTENTI



**50**  
siti web  
in 30 paesi



**+15%**  
di aumento nel tasso  
di conversione



“Comprendendo le aspettative degli utenti, siamo stati in grado di adattare il sito web alle specifiche esigenze UX dei nostri clienti.”

**Agnès Debains**, International Digital Director at L'Occitane



### L'azienda

L'Occitane è un'azienda internazionale che produce prodotti per il corpo, viso, profumi e prodotti per la casa. Ha più di 50 siti web in 30 paesi, con un fatturato di oltre 1 miliardo di dollari nel 2015.

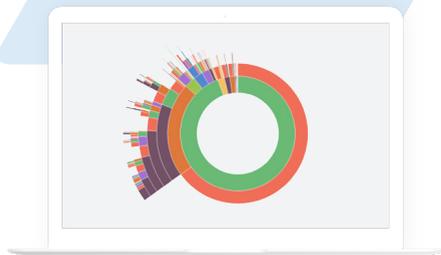
### La sfida

L'Occitane ha notato una discrepanza sostanziale nel tasso di conversione in diversi mercati. Per esempio, il tasso di abbandono era molto più alto in Russia e Cina. L'azienda doveva capire velocemente la ragione dietro a questa differenza di comportamento per ottimizzare la UX e far crescere il ROI.

### La soluzione

L'Occitane ha collaborato con Contentsquare analizzando il processo d'acquisto passo per passo. Con una singola riga di codice, L'Occitane ha immediatamente avuto accesso a metriche avanzate e dati a livello granulare per ogni paese e segmento personalizzato.

Il grafico a raggiera - Sunburst - mappa tutte le customer journeys, iniziando dalla pagina del carrello. Il grafico mostrava esattamente il punto in cui i visitatori russi uscivano dal sito. Per esempio, l'exit rate era dell'11% sulla pagina “Gift & Samples”, e del 18% sulla pagina delle spedizioni. Entrambi i tassi di uscita erano molto più alti della media internazionale.

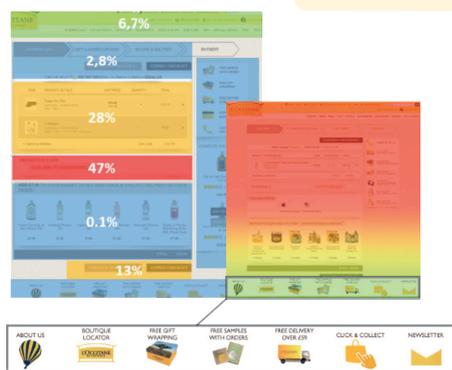


## Il risultato

L'Occitane ha usato Contentsquare per analizzare ogni fase del processo di check-out e individuare gli ostacoli specifici di ogni mercato. In Russia, paese col tasso di conversione più basso, le metriche comportamentali hanno mostrato informazioni interessanti.

Per esempio, gli utenti esitavano sulla pagina delle spedizioni ben **13 secondi** in più della media internazionale.

Questo perché gli utenti cercavano il bottone per modificare l'indirizzo, una funzione che i russi usano di più di ogni altro paese.



Gli utenti russi interagiscono molto di più rispetto alla media con elementi di rassicurazione, ad esempio le chiamate al call center sono **2.52** volte più frequenti rispetto alla media internazionale. Nonostante ciò, le informazioni riguardo i dettagli della spedizione e contatti erano piazzate troppo in basso e solo il **30%** degli utenti scorreva la pagina fino a quel punto.

Solo il **30%** degli utenti vedeva quei contenuti, e solo il **2%** li cliccava.



Gli utenti impiegavano più di un minuto per trovare la funzionalità per cambiare indirizzo.

ANALIZZANDO IL COMPORTAMENTO DEGLI UTENTI INTERNAZIONALI E APPORTANDO CAMBIAMENTI MIRATI E SUPPORTATI DA DECISIONI BASATE SU DATI REALI, L'OCCITANE HA AUMENTATO IL TASSO DI CONVERSIONE DEL 15%.

## Cos'è Contentsquare

Contentsquare è la piattaforma di analisi comportamentale di nuova generazione, che cattura ogni singola interazione degli utenti con la tua piattaforma digitale, senza la necessità di implementare un piano di tagging.

I team digitali possono facilmente analizzare i comportamenti degli utenti ad ogni passo della customer journey, e visualizzare il contributo di ogni elemento della pagina al raggiungimento dei KPI.

Contentsquare ha più di 300 clienti, tra i quali: Orange, Photobox, Majestic Wine, Matchesfashion.com, Interflora, Loveholidays, SNCF, Societe Generale, BNP Paribas, L'Oreal, LVMH, Renault, Lacoste, PMU...

[contact-ita@contentsquare.com](mailto:contact-ita@contentsquare.com)  
<http://contentsquare.com/>

