

CASO DE ÉXITO

L'OCCITANE
EN PROVENCE



CÓMO L'OCCITANE AUMENTÓ LA CONVERSIÓN
AL COMPRENDER A LOS USUARIOS



sitios web
en 30 países



aumento general en las
tasas de conversión

« Al entender las expectativas de los usuarios, hemos podido adaptar el sitio web a las necesidades específicas de UX de nuestros clientes.»



Agnès Debains
International Digital Director at L'Occitane

SOBRE LA EMPRESA

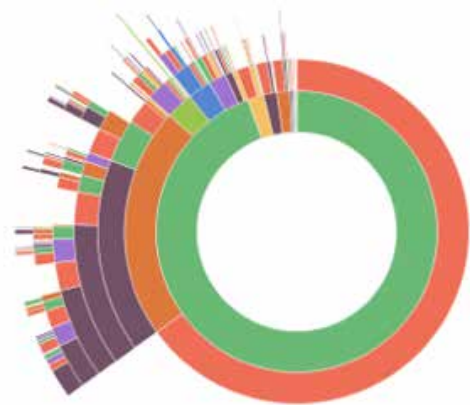
L'OCCITANE es un minorista internacional de productos para el cuerpo, cara, fragancias y hogar. Cuenta con más de **50 sitios web** en **30 países** con más de **1 billón de euros** en ingresos en 2015.

EL RETO

L'OCCITANE notó una gran discrepancia en la conversión de páginas de pago entre mercados. Por ejemplo, la deserción fue mucho mayor en Rusia y China. Necesitaban comprender rápidamente cómo se comportaban los usuarios de manera diferente en cada uno de sus mercados clave.

LA SOLUCIÓN

L'OCCITANE se asoció con Contentsquare para realizar un análisis paso a paso del proceso de pago. Con una sola línea de código, L'OCCITANE pudo sumergirse inmediatamente en métricas y datos avanzados, a nivel detallado, desde cualquier país o segmento personalizado.



El Sunburst mapea todos los recorridos de pago del usuario, comenzando en la página de la Bolsa de compras. Este Sunburst visualiza dónde los visitantes rusos se van. Por ejemplo, la tasa de deserción general fue del **11%** en la página de Regalos y Muestras y del **18%** en el envío, muy por encima del promedio internacional.

contact-es@contentsquare.com - <http://contentsquare.com/es/>

RESULTADO

Contentsquare usó su avanzada plataforma de análisis de UX para identificar los puntos de lucha de pago específicos para cada mercado. En Rusia, que tenía la tasa de conversión más baja, las métricas de comportamiento revelaron varios insights clave.

Los usuarios rusos dudaron **13 segundos más** en la página de Entrega que el promedio internacional.

Ese tiempo fue dedicado a encontrar el botón de modificación de dirección que era difícil de encontrar, una función que los rusos utilizan más que cualquier otro país.



Los usuarios rusos interactúan más con los elementos de garantía que sus pares, y hacen clic en el contacto del centro de llamadas **2,52 veces más** frecuentemente. Sin embargo, la barra de garantía que contenía información importante sobre el contacto y envío, se ubicaba en la parte inferior de la página donde sólo un **30%** de usuarios se desplazaba lo suficiente para verla.

Solo el **30%** de los espectadores vio la barra de garantía y el **2%** hizo clic en ella.



Así mismo, los usuarios tardaban más de un minuto en encontrar la función de cambio de dirección.

AL COMPRENDER EL COMPORTAMIENTO DE SUS USUARIOS INTERNACIONALES Y REALIZAR MEJORAS DE UX ENFOCADAS Y GUIADAS POR DATOS, **L'OCCITANE LOGRÓ UN AUMENTO GENERAL DEL 15% EN LAS TASAS DE CONVERSIÓN.**

Acerca de Contentsquare

Contentsquare es una plataforma de insights de experiencias digitales, que ayuda a las empresas a entender cómo y por qué los usuarios interactúan con sus sitios web, móvil y apps.

Computamos billones de clics y movimientos, y los transformamos en recomendaciones accionables que aumentan el engagement, reducen los costos operacionales y maximizan las tasas de conversión.

Contentsquare cuenta con más de 300 clientes a nivel global como Desigual, Walmart, Samsung, Sephora, Tiffany, LVMH, AccorHotels, Avis, BNP, GoPro, Nissan, y muchos más.

contact-es@contentsquare.com
<http://contentsquare.com/es/>

