



COMMENT L'ANALYSE DES COMPORTEMENTS CLIENTS EN PHASE DE CHECKOUT A AUGMENTÉ LES REVENUS MOBILE



**+25pts**

taux de passage à l'étape de paiement



**+0.4pts**

taux de conversion mobile



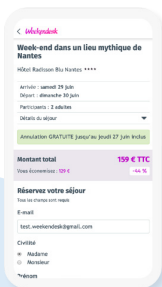
**+100**

réservations par an sur mobile

## UNE AUGMENTATION SIGNIFICATIVE DES KPIS DES REVENUS SUR MOBILE



Marque leader des week-ends et des courts séjours thématiques, Weekendesk capitalise sur des séjours d'exceptions qui répondent aux envies des consommateurs sur le moment. Offrant un produit basé avant tout sur l'émotion à une population nomade, les équipes digitales de Weekendesk se doivent d'offrir sur mobile une phase de checkout la plus indolore possible...



Une étape de réservation critique, que de très nombreux utilisateurs quittaient sans compléter

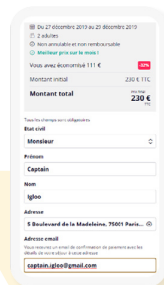
## Une phase de réservation critique

Date, lieu, taxe de séjour, options, condition d'annulation, coordonnées, montant total... Les réservations dans le secteur du voyage rendent parfois l'expérience en ligne ardue pour les consommateurs, et peuvent constituer un frein important à la conversion.

Pour rendre l'étape la plus rapide possible, les équipes digitales Weekendesk avaient choisi de réduire le tunnel de réservation au maximum, en seulement une seule étape. Cependant, des indices ont progressivement laissé penser que de très nombreux utilisateurs mobiles quittaient cette phase de réservation sans compléter leur achat, diminuant de fait les revenus pour Weekendesk.

## La compréhension des comportements utilisateurs, à la source de l'insight actionnable

En utilisant le module **Parcours de Navigation**, Weekendesk a pu quantifier les réelles performances du tunnel de réservation. Ainsi, 74% des utilisateurs atteignant cette étape la quittaient. Plus précisément, plus d'un tiers continuaient de naviguer sur d'autres pages du site, tandis que seulement 28% finissaient de remplir le formulaire. Le module **Données de Zones** est également venu éclairer les comportement utilisateurs, qui concentraient leur attention sur le récapitulatif du séjour plutôt que sur le formulaire.



Ce qui intéresse les visiteurs ? Pas le formulaire, mais le récapitulatif de leur séjour.

## La séparation de la réservation en deux étapes : une modification à très fort roi

Week-end dans un lieu mythique de MATEO

Hôtel Hudson Bar Haines \*\*\*\*

Arrivée : samedi 20 juin  
Départ : dimanche 21 juin  
Personnes : 2 adultes  
Nuit(s) de séjour : 1

Montant total 200 € TTC

Réservez votre séjour

Créer

- Modifier
- Annuler
- Imprimer



Détail du séjour

Personnes étendues à deux pas de La Roche (Meyronne) 2 suites

Montant total 200 €

Facile à demander, il ne reste plus qu'à réserver votre séjour.

Passer à l'étape de réservation

Votre séjour inclut

- 2 nuits en chambre double confort pour 2 adultes

Vous avez réservé 95 €

Montant total 200 € TTC

Montant payé 95 €

Montant restant 105 €

Prénoms

Genre

Nom

Classement

Chambre(s)

Ville

La Roche-de-Bach, 33110, France

Récapitulatif & Formulaire avant, en 1 étape

Récapitulatif maintenant distinct

Formulaire maintenant distinct

Pour renforcer le taux de complétion du formulaire, les équipes digitales ont alors décidé de scinder la réservation en deux étapes : une première de récapitulatif, et une seconde de formulaire. Les effets ont été immédiats : +20 points sur le taux de passage de l'étape de réservation à l'étape de paiement, +0.4 points sur le taux de conversion mobile, soit un gain de 100'000 réservations supplémentaires par an !



« Contentsquare, c'est avant tout pour nous **un langage commun** entre les différentes squads de l'équipe digital. Que ce soit pour le discovery, le search ou le checkout, le partage des mêmes métriques et d'une interface unique nous permet de **rendre encore plus fluide le parcours client**. Plus encore, la technologie Contentsquare **permet à chacun de factueliser facilement les comportements clients**, et de concevoir nos améliorations sur la base de données vérifiables et continuellement mises à jour ! »



Laurent PAOLI,  
Product Manager, Weekendes

## 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.



CONTENTSQUARE