



CLARKS ET CONTENTSQUARE :



La société britannique Clarks produit et vend des chaussures à l'échelle internationale. Elle a été fondée en 1825 par deux frères, Cyrus et James Clark, dans le village où se trouve encore son siège : Street dans le Somerset, en Angleterre.

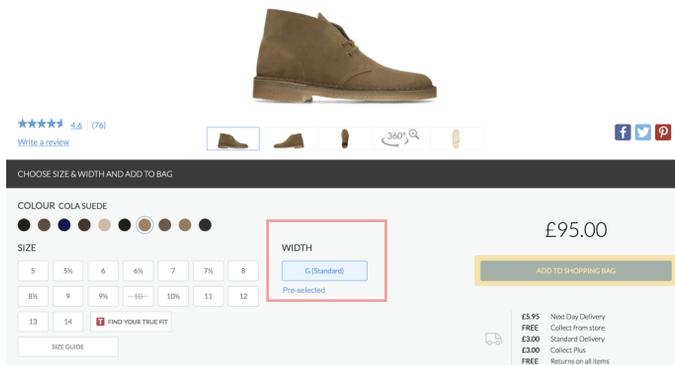
TEST SUR LES LARGEURS ET LES SÉLECTIONS DE TAILLE

“Les indicateurs d'analyse de l'expérience utilisateur de ContentSquare sont d'une aide précieuse pour comprendre les comportements sur chaque typologie de pages. Ils font ressortir des insights directement actionnables, contrairement aux autres solutions du marché.”



Grâce à l'indicateur de taux de clics proposé dans le module “zoning” de ContentSquare, nous avons observé que moins de visiteurs interagissaient avec l'option de “sélection de largeur” qu'avec l'option “ajout au panier”, bien que la sélection de largeur soit obligatoire.”

“Suite à l'identification de ce comportement, nous avons appliqué la présélection de la largeur en cas de largeur unique disponible. L'impact sur l'augmentation du taux d'ajout au panier s'est fait grandement ressentir.



Forts de ce succès, nous avons testé la présélection de la largeur standard sur les produits disponibles en plusieurs largeurs. Les résultats n'étant pas probants, nous avons pu rapidement revenir en arrière.

Résultat : une hausse instantanée des ajouts au panier.
En 2017, nos revenus récurrents annuels ont augmenté d'environ 900 000 £ uniquement grâce à ces données : un bénéfice immense que nous n'aurions jamais détecté si facilement sans ContentSquare."

Craig Harris, Data & Analytics Manager, Clarks

A PROPOS DE CONTENTSQUARE

ContentSquare est une plateforme d'analyse et d'optimisation de l'expérience utilisateur (UX) à destination des entreprises qui souhaitent comprendre de quelle manière les utilisateurs interagissent avec leurs sites web et mobile ainsi que leurs applications.

Au-delà de comprendre et d'analyser les intentions des utilisateurs, les équipes digitales sont en mesure de prendre des décisions nourries par la connaissance client pour optimiser les parcours de navigation grâce à une plate-forme conçue pour être utilisée sans compétences techniques et dotée d'un outil de recommandations automatiques faisant appel à l'Intelligence Artificielle.

Fondé en 2012, ContentSquare compte plus de 200 clients à travers le monde tels que **Walmart, AccorHotels, Best Western, L'Occitane, L'Oréal, Unilever**, etc. ContentSquare possède des bureaux à Paris, Londres, New-York et Munich.

Pour en savoir plus, envoyez un e-mail à l'adresse contact-fr@contentsquare.com ou rendez-vous sur www.contentsquare.com/fr