



KENZO ET CONTENTSQUARE : MISSION CONVERSION



KENZO PARIS

À PROPOS :

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.

ANALYSE DU TUNNEL D'ACHAT

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 œuvre 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 conversion.



En 7 jours :
Boost du taux de conversion x 1,5 // +50% de conversion
+25% versus même période année précédente

À PROPOS DE CONTENTSQUARE

ContentSquare est une plateforme d'analyse et d'optimisation de l'expérience utilisateur (UX) à destination des entreprises qui souhaitent comprendre comment et de quelle manière les utilisateurs interagissent avec leurs sites web et mobile ainsi que les applications. La solution capture tous les comportements des visiteurs (mouvements de souris et touch) afin de mesurer la qualité de leur expérience, d'accroître leur engagement et de maximiser les taux de conversion. ContentSquare est actuellement utilisé par plus de 100 clients dans le monde dont : Orange, Photobox, Interflora, Clarks, Accor Hotels, Voyages-SNCF.com, L'Oréal, PMU...