



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 ÉCHANTILLONS DE COULEURS

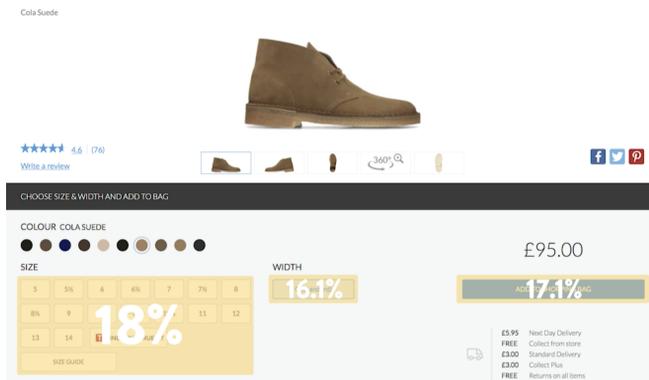
“Après avoir changé de plateforme, nous avons constaté que bon nombre de nos clients parcouraient de multiples pages produit, les unes après les autres. Les informations sur les parcours utilisateurs de ContentSquare fournissent un aperçu visuel rapide du parcours Web et mobile de segments spécifiques de clients sur notre site.”



LANDING PAGES

Home	34.58 % of visitors landed on this page
Category	30.86 % of visitors landed on this page
Product	16.8 % of visitors landed on this page
Sale Hub	3.55 % of visitors landed on this page
Women's Dept	3.32 % of visitors landed on this page

“Nous avons alors examiné le zoning pour identifier pourquoi les utilisateurs se comportaient ainsi. Nous avons vite trouvé les responsables : les échantillons de couleur. Les clients sélectionnaient des couleurs différentes, puis poursuivaient leur navigation sur le site, sans pour autant trouver systématiquement un produit à ajouter à leur panier.”



“Nous avons donc souhaité leur permettre de sélectionner d'autres couleurs sans quitter la page. Dans cette optique, nous avons eu l'idée de tester l'apparition d'images présentant les couleurs disponibles lorsque le client passe le curseur sur les échantillons, afin qu'il obtienne un aperçu en restant sur la même page.”

“Nous étudions la mise en œuvre de cette option sur l'ensemble de nos sites, synonyme pour nous de revenus récurrents annuels compris entre 1,4 et 2,2 millions de livres.”

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