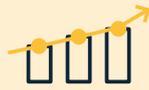




COMMENT L'ANALYSE DES COMPORTEMENTS UTILISATEURS A AMÉLIORÉ LES PERFORMANCES DE LA HOMEPAGE

UNE AUGMENTATION SIGNIFICATIVE DES KPIS DE LA HOMEPAGE



+23%

taux de conversion



-22%

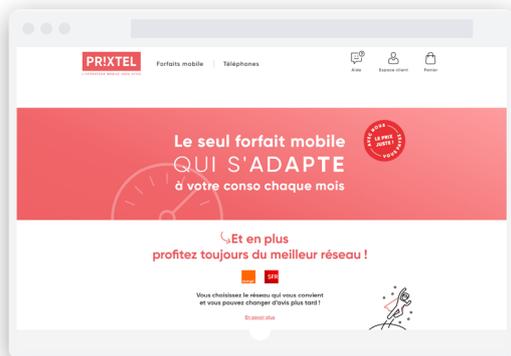
taux de rebond



+49%

taux d'atteinte des pages produit

Le « forfait ajustable » : **l'offre est inédite en France**, et les besoins d'évangélisation sont cruciaux pour l'opérateur téléphonique Pritel. Au coeur de la bataille, **sa homepage, qui doit à la fois informer, expliquer et convaincre** des utilisateurs toujours plus rapides à passer d'un contenu à un autre.



Par son positionnement, Pritel se doit de proposer une homepage à la fois claire et engageante.

1. LA HOMEPAGE : RÉTENTION ET CONVERSION AU CENTRE DE LA REFONTE

L'objectif de la refonte était clair : redonner à la homepage son rôle critique dans l'engagement des clients. **Principale landing page**, clé dans la stratégie SEO de la marque, **les performances de la homepage sont déterminantes pour un pure-player** comme Pritel.

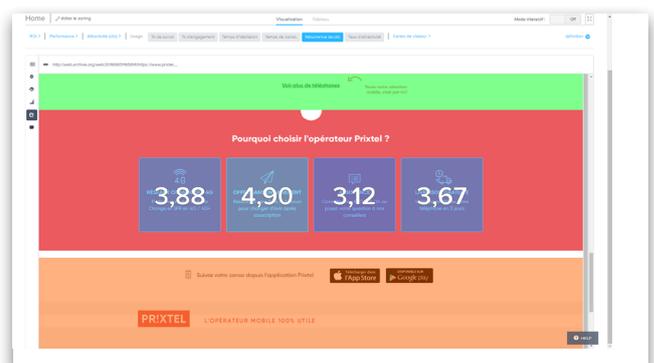
Pour l'équipe digitale, il s'agissait donc de se concentrer sur **les taux de rebond, d'atteinte de la page produit, et de conversion.**

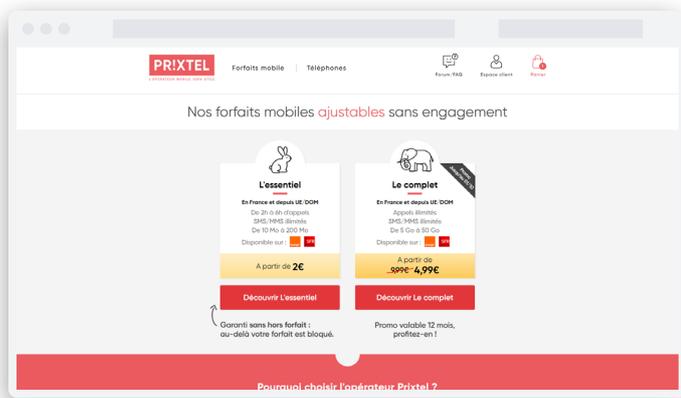
2. UNE ÉTUDE DES COMPORTEMENTS UTILISATEURS POUR ACCROÎTRE LES PERFORMANCES DE LA HOMEPAGE

En utilisant le module « **Données de Zones** » de la plateforme Contentsquare, les équipes de Pritel ont pu alors **connaître avec précision comment les visiteurs consommaient la homepage.**

Les axes d'améliorations ont été ensuite définis. Peu scrollée, la homepage ne mettaient pas en avant les forfaits mobile, pourtant très cliqués quand ils étaient vus. Plus encore, **les éléments de réassurance suscitaient beaucoup d'intérêt**, bien que non cliquables, indiquant **l'importance accordée par les visiteurs aux informations sur les produits.**

Grâce aux Données de Zones Contentsquare, Pritel a pu identifier et quantifier l'attrait des éléments de réassurances pour les visiteurs.





Offres regroupées en haut de page, zone d'avis & de réassurance cliquable et remontée... Les insights actionnables ont assurée le succès de la refonte pour Pritel.

3. AU BOUT DE L'ANALYSE ? UNE AUGMENTATIONS À DEUX CHIFFRES DES KPIS !

Sur la base de ces données, l'équipe digital de Pritel a alors procédé à des ajustements immédiats. Contenu percutant, ajout de liens vers les avis et les informations produits, produits visibles dès l'arrivée sur le site... **La nouvelle homepage est plus attrayante, plus explicite et plus facile d'accès.**

Un succès pour la refonte de la homepage qui se retrouve bien entendu dans les KPIs mesurés après et avant la refonte. **Le taux de rebond a été réduit de 22%**, quand **le taux d'atteinte de la page produit a augmenté de 49%**, et **le taux de conversion depuis la homepage de 23%** !

« Comme pour tout pure-player, **les performances de notre site web sont capitales pour notre activité.** Chez Pritel, c'est sur notre homepage que repose plus précisément la pression. Elle se doit à la fois de séduire et d'informer sur notre offre de forfait adaptable unique en France ! **Grâce à Contentsquare, nous pouvons produire très facilement des insights immédiatement actionnables,** basés sur l'activité réelle de nos utilisateurs. C'est une capacité cruciale quand il s'agit de proposer une homepage qui respectent **nos attentes très élevées en terme de rebond, de parcours utilisateurs et de conversion.** »



Elisa Greef
UX Designer,
Pritel

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.



R O
O M