



COMMENT LES DONNÉES COMPORTEMENTALES SONT DEVENUES LE MOTEUR D'UNE EXPÉRIENCE DE MARQUE UNIQUE


+80%
taux de conversion


Une expérience de marque unique

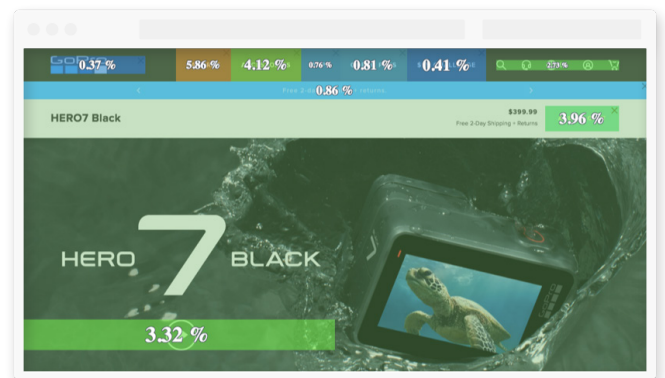

Un impact direct sur les ventes

1. UNE NAVIGATION SANS FRICTION POUR UN CONTENU INSPIRANT... ET DENSE

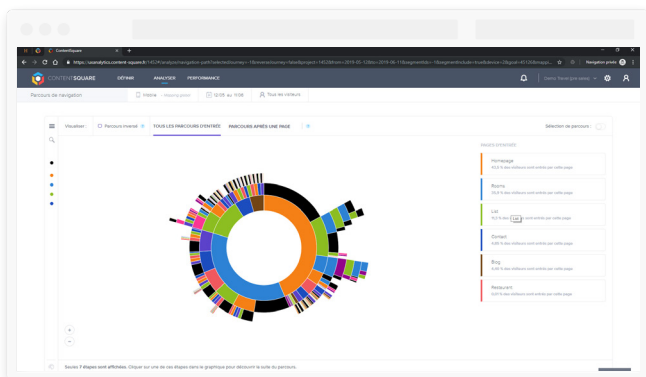
L'objectif des équipes digitales de GoPro est d'augmenter les ventes directes, mais pas seulement.

La marque réalise en effet une **une grande partie de son chiffre d'affaire sur des sites tiers**. Elle se doit donc également d'inspirer ses visiteurs et de les pousser à choisir les produits GoPro, **peu importe le site de leur achat final**.

Avec une image de marque construite sur le storytelling vidéo et une communauté de passionnés, les équipes digitales GoPro savaient que **contenu et produits étaient inséparables...** Le défi était alors posé : **proposer un contenu riche, visuel et interactif** qui impressionne le visiteur, **tout en conservant l'extrême facilité de navigation** afin d'encourager la vente directe !



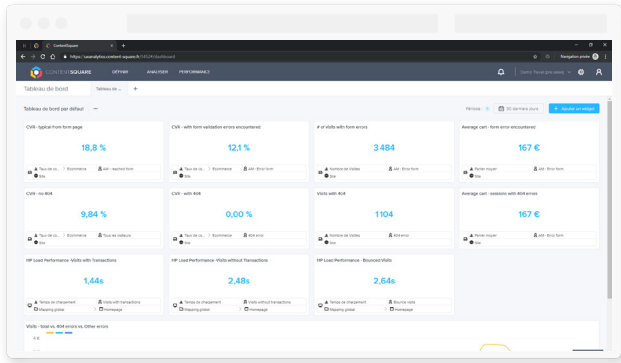
Le module Données de Zone en action sur la page GoPro Hero7



Le Parcours de Navigation Contentsquare, incontournable pour comprendre l'impact d'une page dans la conversion.

2. DES DONNÉES ACTIONNABLES QUI INDIQUENT LA FORMULE DE CONTENU À SUIVRE

Comment le contenu impacte l'engagement et la conversion ? S'appuyant sur la page de la caméra la plus vendue, Hero7, les équipes GoPro vont alors **étudier les parcours utilisateurs avec le module Parcours de Navigation**. Elles vont également **analyser les comportements utilisateurs** sur la page, via les métriques du **module Données de Zone**.



Les équipes GoPro ont pu suivre l'évolution de leurs principales métriques sur le dashboard de la plateforme Contentsquare

3. UNE AUGMENTATION DE 80% DE LA CONVERSION

Une fois l'impact du contenu sur l'engagement et la conversion quantifiés, les équipes GoPro lancèrent un nouveau design pour la page Hero7. Le succès fut immédiat, avec **un bond de 80% des conversions** depuis la page du produit !

Au delà de la conversion d'une page, c'est la confiance et l'audace que ces données sont venues booster. **Les équipes digitales GoPro sont désormais capables d'appuyer des décisions créatives par des connaissances** sur les comportements client.

« Contentsquare a grandement facilité notre travail. Non seulement nous connaissons la performance de chaque élément de contenu, mais nous pouvons également consulter de façon détaillée le parcours client sur le site. Nous disposons ainsi de toutes les informations requises pour prendre des décisions en toute confiance. La visualisation facilite la consommation des données et, aujourd'hui, Contentsquare fait partie intégrante du processus décisionnel de l'équipe au quotidien, ainsi que de toutes nos réflexions en matière de conception UX. »



Eumir Nicasio, Chef de Produit du Digital et de l'eCommerce chez GoPro

A 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.

Demandez une démo

www.contentsquare.com
contact-fr@contentsquare.com

