



Digital Experience Analytics : boostez vos conversions et l'engagement

Odile Szabo : Chief E-Commerce Officer,
Christian Louboutin

Christine Budai : Responsable Performance
E-commerce & Online Services, Diptyque





Christine Budai

Responsable Performance
eCommerce & Online Services

diptyque
paris



Odile Szabo

Chief eCommerce Officer

Christian
Louboutin



Alix Prudhon

Director Marketing France &
South Europe



Contentsquare

DIPTYQUE

PARIS



Christian
Louboutin



Christian
Louboutin





Christian Louboutin

NOUVELLE COLLECTION

DÉCOUVRIR

Nouveautés

Menu Recherche Mon compte Panier

Marvel Bottines Escarpins Sneakers

Mesdames

Notre muse, c'est vous ! Suivez-nous...

DÉCOUVRIR

Messieurs

Tout pour le gentleman des temps modernes.

DÉCOUVRIR

Enfants

DÉCOUVRIR

Menu Recherche Mon compte Panier

Guide cadeaux

Trouvez le cadeau parfait parmi notre sélection de pièces à offrir, quelle que soit l'occasion.

TROUVEZ LE CADEAU IDÉAL

Menu Recherche Mon compte Panier

Outil d'UX analysis de référence

dans notre cycle d'amélioration continue

En amont

Pour l'**identification de pain points UX** dans l'ensemble du parcours client ou des pages spécifiques, **détection de bugs**

Pendant

Mesurer l'impact en direct des lancements de nos animations commerciales afin d'**optimiser nos landings en temps réels**

Après

Monitorer l'impact avant/après d'optimisations directes et revamp, déceler les **variations gagnantes de nos AB tests**

Accompagnement personnalisé

Une équipe dédiée, proactive et à l'écoute

1

Digital Day organisé pour sensibiliser les différentes équipes en central (animation, merchandising, contenu, produit, etc.)

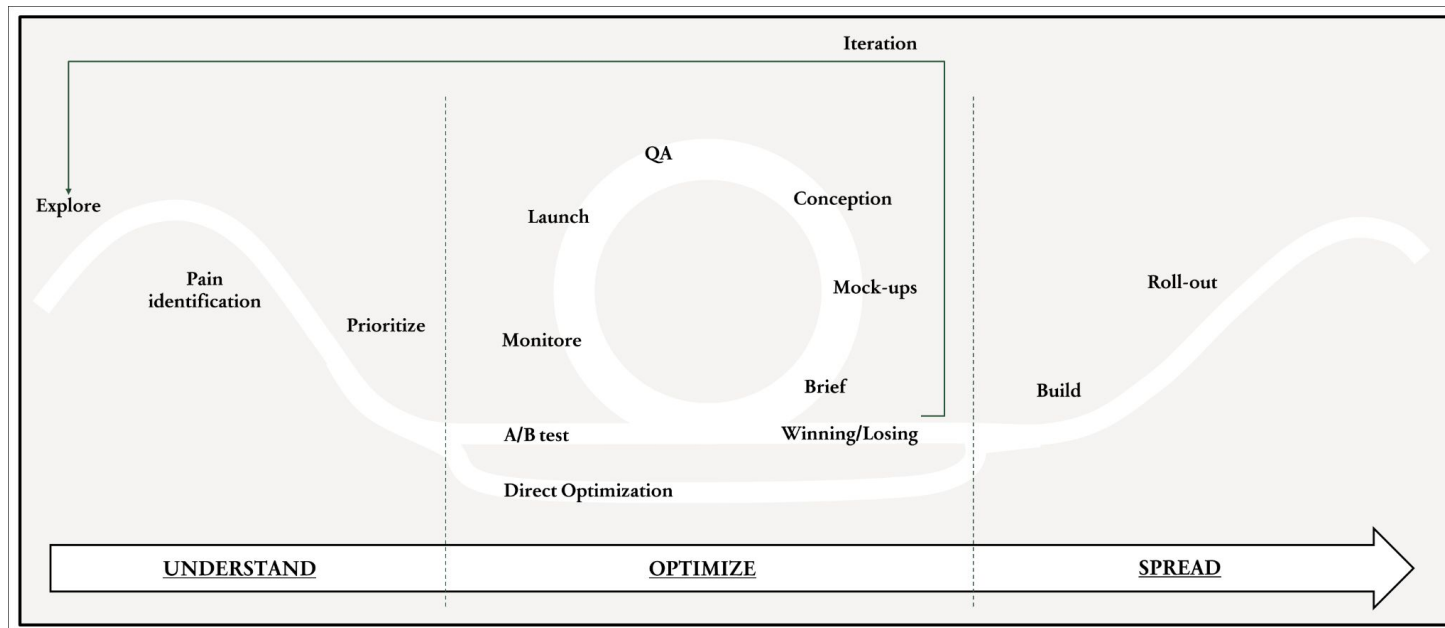
3

Points de suivi mensuel organisés depuis le revival de la solution au sein des équipes pour centraliser les questions, les difficultés et présenter les nouveautés

18

UX Analyses réalisées en collaboration avec les équipes Content Square

Une nouvelle organisation Data Driven





Benchmark Luxe

CS Benchmarks

Competitors Benchmark

CS Benchmarks

Competitors Q1 23



eCommerce Data

Average **Mobile CVR**
0,29 %

Part Session Mobile
83 %

Average **Desktop CVR**
0,54 %

Part Session Desktop
83 %

All devices **CVR**
0,54 %

UX Data

Bounce Rate
39,53 %

Session time (Mobile min)
3,1

Returning visitors
36 %

PV*/Buying Sessions
18,9

Session time (Desktop min)
5,6

PV**/Visits Sessions
5,1

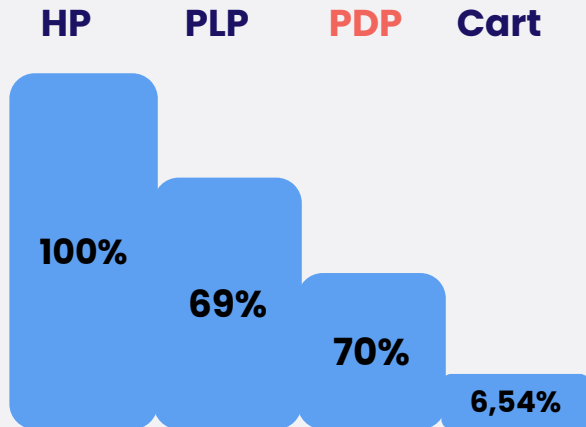
Add to cart rate of Journey

Average of the TOP 3 Performers from the pool of 15 Brands)

TOP 3 Performers

The selected path is the following: Home page > Product List > Product > Cart

28 % of visitors enters through the Home Page



Conclusion & first actions



1. Improve access to category and product pages
2. Improve Product Pages to maximize add to cart
3. improve Conversion rate especially on Mobile

DIPTYQUE

PARIS

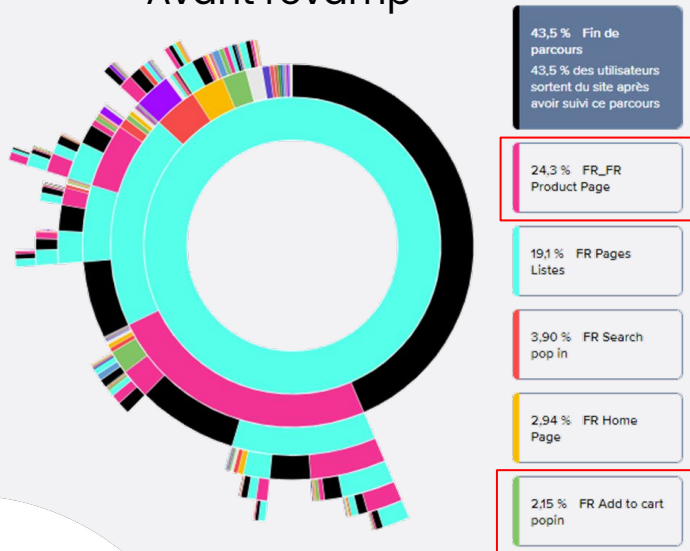
Bouton d'achat express en page liste

Use case

Bouton d'ajout au panier express en Page Listes

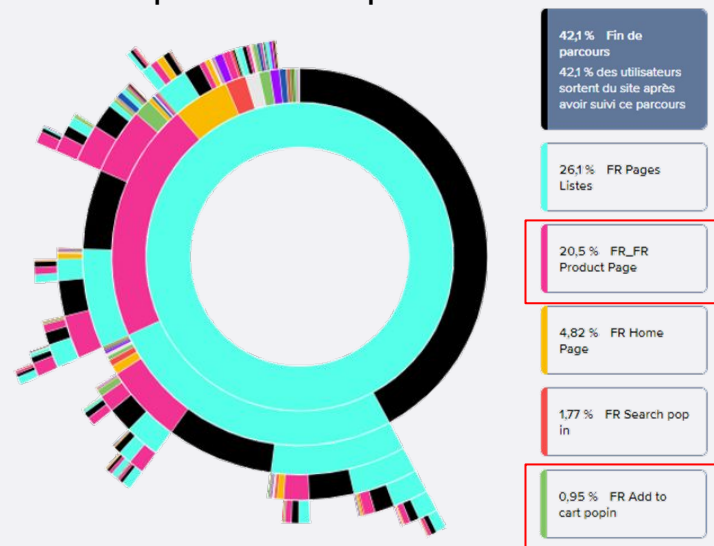
Data

Avant revamp



Parcours de navigation

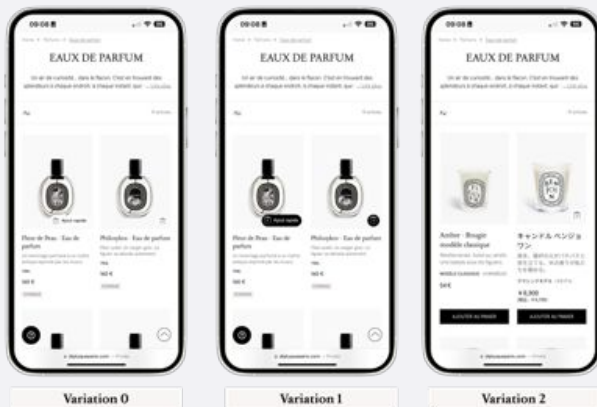
Après revamp



Parcours de navigation

Use Case

Challenger le design et la position du bouton d'achat express en page liste



+138 %

Clics & taps

sur le bouton d'achat express

+14 %

d'accès

à la page panier

540K \$

de projection de revenu annuel

à partir de l'uplift généré par la variation gagnante

Merci



Christine Budai

Responsable Performance
eCommerce & Online Services

diptyque
paris



Odile Szabo

Chief eCommerce Officer

Christian
Louboutin