

La Redoute triple le nombre de résultats positifs sur ses A/B tests grâce à EmotionsAI

La Redoute, retailer multicanal français spécialisé dans la décoration et l'habillement est le premier site e-commerce français avec plus de 7 millions de visiteurs uniques par mois.

Challenge

L'équipe de La Redoute souhaitait changer la manière dont elle optimisait son site web. Elle souhaitait trouver des moyens d'améliorer l'engagement grâce à l'optimisation, en particulier sur mobile.

Ils se sont tournés vers EmotionsAI d'AB Tasty pour les aider à offrir aux visiteurs de leur site l'expérience la plus personnalisée possible.

En utilisant la segmentation alimentée par l'IA pour construire de meilleures expériences, ils ont laissé les émotions à l'origine des décisions de leurs clients les aider à façonner leur stratégie d'optimisation.

Résultats

Après avoir implémenté EmotionsAI et créé de nouveaux segments d'audience basés sur les émotions, La Redoute a constaté un impact significatif sur ses taux d'engagement. L'amélioration de l'expérience client s'est traduite par une augmentation de 4 % du chiffre d'affaires par visiteur et de 3 % du taux de conversion.

Takeaways

Depuis que la marque utilise EmotionsAI, les équipes sont parvenues à tripler le nombre de tests ayant un impact business positif.

Chiffres clés

Revenus par visiteurs

+4%

Taux de conversion

+3%

Taux de succès des A/B tests

+3x

« EmotionsAI nous aide à identifier de nouvelles opportunités et à repenser notre approche de l'A/B Testing et de la personnalisation. »

Emmanuel Béguin
Head of E-commerce
Groupama