

L'impact de la personnalisation de l'UX sans cookie en e-commerce : le projet réussi de Mademoiselle bio pour augmenter le taux de conversion et les revenus.

De chiffre d'affaires

+9,2 %

De conversions

+1,9 %

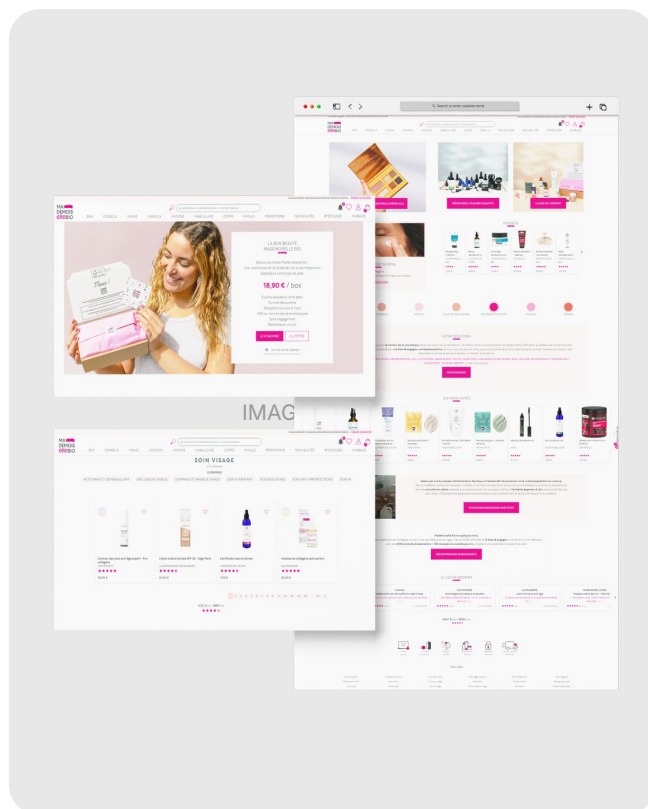
De panier moyen

+6,5 %

ENJEUX ET OBJECTIFS

Mademoiselle bio est l'enseigne leader du marché de la cosmétique certifiée bio en France. Avec l'ouverture d'une quinzaine de boutiques ces dernières années, l'enseigne est désormais omnicanale mais son équipe digitale conserve l'âme d'un pureplayer avec une culture de l'optimisation continue.

Cédric Gourgeon, directeur e-commerce chez Mademoiselle bio, a toujours mis l'optimisation de la conversion au cœur de ses enjeux, et d'autant plus depuis la hausse des coûts d'acquisition que subissent tous les e-commerçants depuis plusieurs mois. Mademoiselle bio, qui investit massivement sur les leviers payants comme Google Ads ou Facebook Ads, est particulièrement concerné par cette problématique.

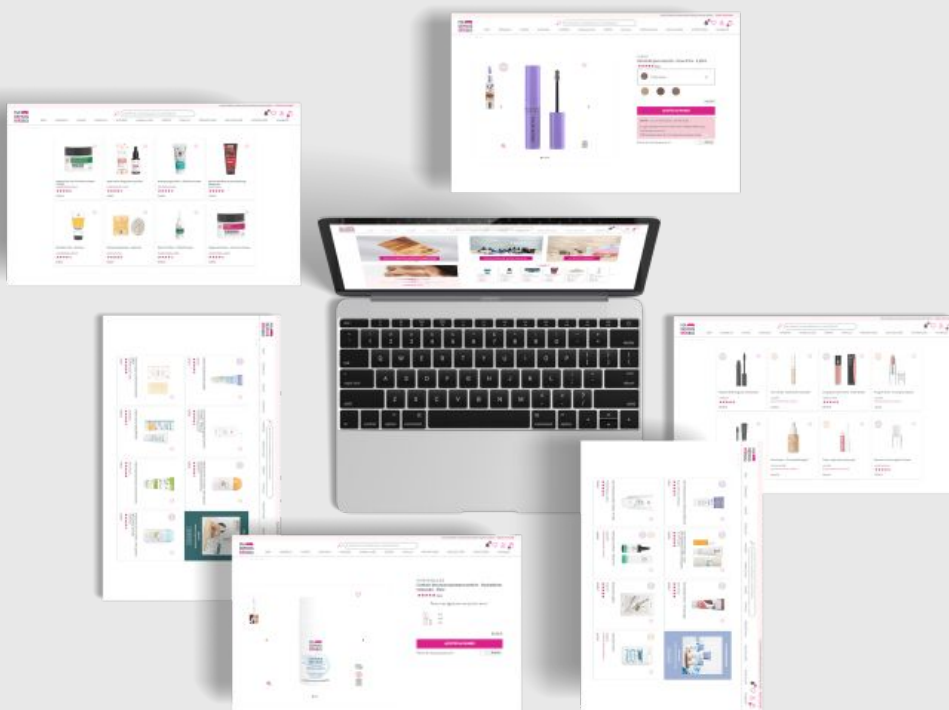


Pour continuer de générer de la croissance, il est devenu crucial de rentabiliser les investissements en trafic en convertissant un maximum de visiteurs en clients. En 2023, l'enseigne s'est fixée pour objectif d'augmenter d'au moins 20 % les conversions grâce à la personnalisation de ses parcours on-site.

Engagé depuis plusieurs années avec un acteur historique de la personnalisation, Cédric Gourgeon souhaite challenger son efficacité. En effet, avec 2 500 références et 300 000 visiteurs uniques par mois, le choix d'une solution performante est capital étant donné l'impact majeur de ces modules de personnalisation sur le CA digital de l'enseigne.

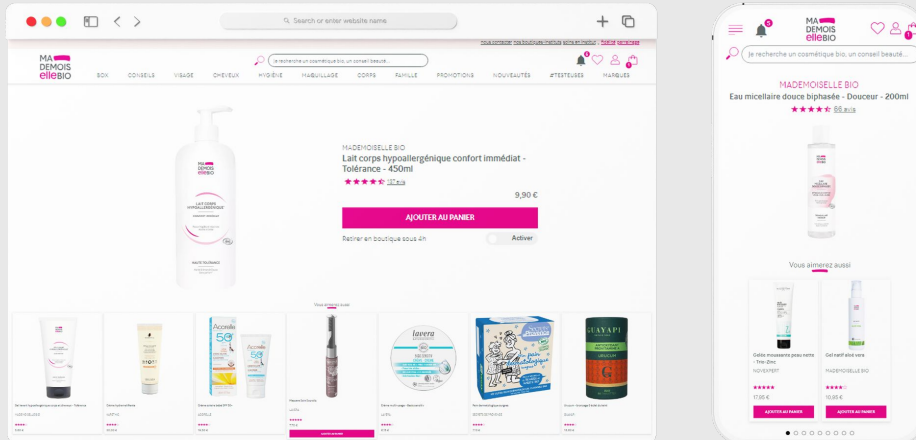
En parallèle, la fin annoncée des cookies et le contexte réglementaire imposé par la CNIL interrogent Cédric sur la technologie cookie-based.

C'est dans ce contexte qu'il prend contact avec AB Tasty, seul acteur du marché capable de personnaliser les parcours d'achat en ligne sans utiliser de cookies, et dont l'efficacité a été démontrée auprès de plus de 70 e-commerçants depuis 2020.



SOLUTIONS

1. Recommandations personnalisées



Dans un premier temps, un AB test sur les recommandations de produits personnalisées est mené pour s'assurer que AB Tasty Recommendations & Merchandise obtient bien des performances supérieures à celles de l'acteur historique.

Les blocs de recommandations d'AB Tasty de manière à couvrir chaque étape du parcours client sur le site de Mademoiselle bio. Chaque emplacement est animé par un algorithme adapté à l'étape du parcours d'achat pour présenter aux visiteurs les produits les plus susceptibles de les intéresser.

Convaincu par AB Tasty, Mademoiselle bio décide de déployer les recommandations de produits personnalisées sur 100 % de l'audience et de lancer le projet d'e-merchandising.

Home page :

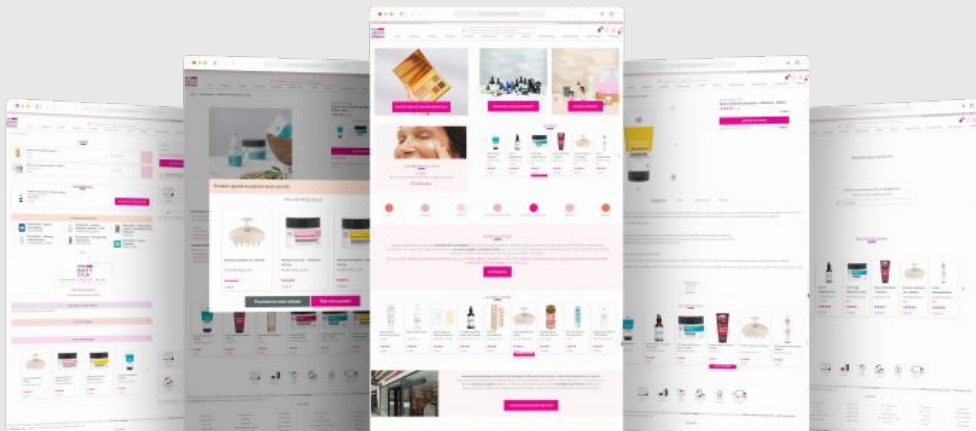
- Les Best : top ventes de la catégorie la plus achetée avec le dernier produit ajouté au panier with the last product added to the basket
- Les mieux notés : produits les mieux notés

Page produit : produits les vues avec ce produit

Ajout panier : produits les plus achetés avec ce produit

Page panier : produits les achetés avec le produit le plus cher du panier

Page 404 : produits les plus achetés avec le dernier produit ajouté au panier



2. E-merchandising

L'objectif est de reproduire sur le site de Mademoiselle bio un concept de merchandising semblable à celui qui est mis en place en boutique avec :

- La vitrine qui présente les nouveautés et best-sellers
- La mise en avant des produits saisonniers
- La mise en valeur de la variété de l'offre

Concrètement, sur le site, il s'agit de réorganiser l'ordre d'affichage des produits de manière intelligente. Pour cela, AB Tasty calcule un ordonnancement idéal pour chaque catégorie en faisant un mélange pondéré de multiples données métiers et comportementales.

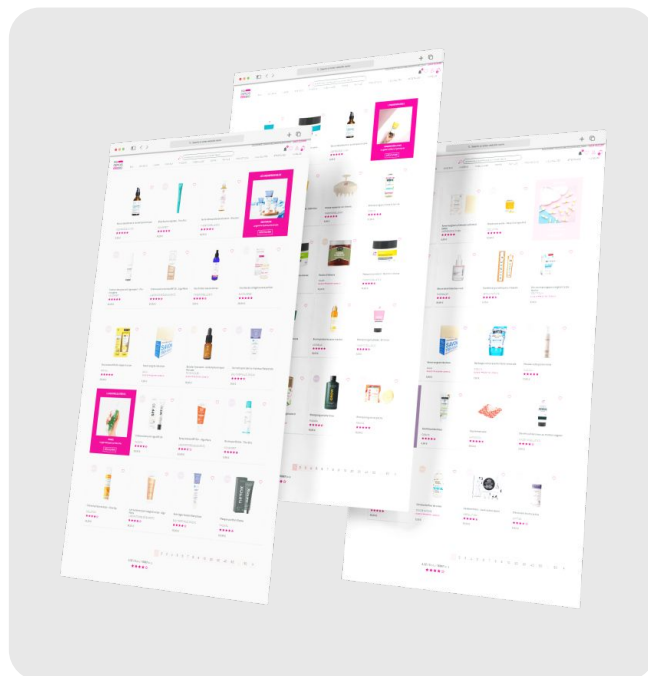
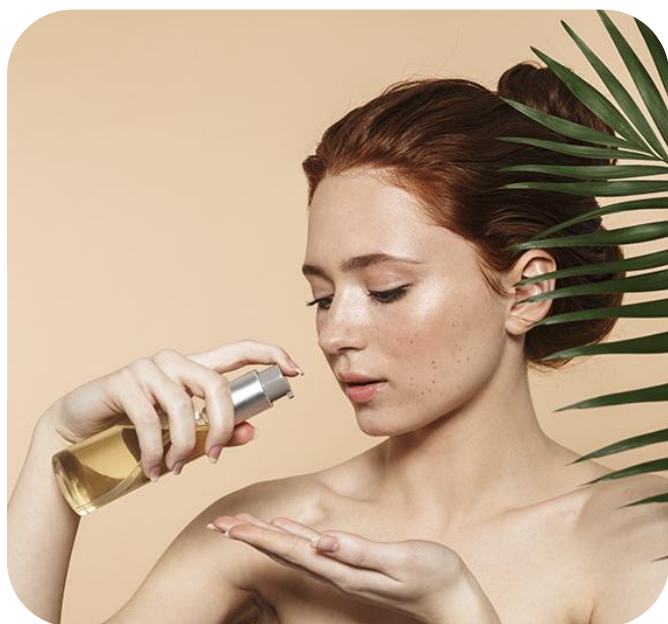
Quelques exemples des données utilisées :

Indicateurs produits / métier :

- Tendances de vente
- Taux de conversion
- Prix
- Niveau de stock
- Niveau de marge

Attributs visiteurs :

- Produits récemment vus / achetés
- Catégories préférées
- Source d'acquisition...



Chaque catégorie est traitée de manière unique pour calculer le tri le plus pertinent. Le classement est modifié automatiquement et quotidiennement pour respecter les règles de tri, garantissant ainsi la meilleure pertinence de l'offre.

MISE EN PLACE ET PILOTAGE

AB Tasty prenant en charge à la fois l'intelligence de la solution et son affichage en front sur le site, les équipes de Mademoiselle bio ont passé peu de temps sur le projet. Concrètement, Mademoiselle bio a eu 5 actions à mener pour que les expériences AB Tasty soient mises en place :

- Share access to your analytics solution
- Partager un accès à sa solution analytics
- Fournir un flux produit
- Poser le tag AB Tasty Reco & Merch
- Valider les maquettes
- Valider le rendu final sur un environnement test

Le modèle économique de AB Tasty étant sans frais de mise en place et sans engagement, Mademoiselle bio est facturée mensuellement par AB Tasty d'un montant fixe.

RÉSULTATS

Chez Mademoiselle BIO, la mise en place des solutions d'e-merchandising et de recommandations personnalisées de AB Tasty a eu des impacts immédiats à trois niveaux :

Performance Business

A l'issue des trois mois d'AB test menés sur les recommandations de produits personnalisées, le groupe exposés à AB Tasty Reco & Merch génère des performances significativement supérieures à celles du groupe exposé aux recommandations de l'acteur historique :

→ **+9.2%** de chiffre d'affaires, ce qui représente un gain mensuel de plusieurs dizaines de milliers d'euros de marge

→ **+1.9%** de conversions

→ **+6.5%** de panier moyen

Image de marque

La personnalisation de l'expérience utilisateur est devenue un élément essentiel de la réussite du commerce en ligne. Les internautes s'attendent désormais à ce que les marques fournissent une expérience adaptée à leurs besoins, à l'image de Netflix ou Amazon. Les marques qui personnalisent génèrent plus de satisfaction chez les visiteurs, qui sont enclins à dépenser davantage et dont la fidélité va augmenter.

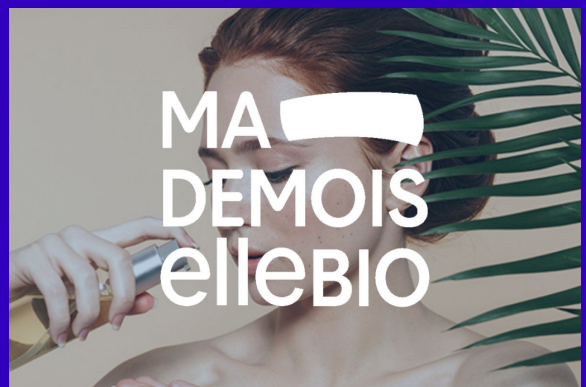
UX plus fluide et pertinente

Les blocs de recommandations de produits personnalisée et l'e-merchandising intelligent mis en place chez Mademoiselle bio se substituent aux conseillers et conseillères de vente en magasin. Ils guident, conseillent, recommandent et aident les visiteurs à trouver ce qu'ils sont venus chercher. L'utilité de ces solutions est mesurable concrètement : par exemple chez Mademoiselle bio, 50% des visiteurs exposés aux recommandations de produits qui s'affichent au moment de l'ajout d'un produit au panier les utilisent.

À propos de Mademoiselle Bio

Fondée par des passionnés de la beauté bio, Mademoiselle bio s'est forgée une réputation solide en offrant des solutions respectueuses de la nature et de la santé. La marque se distingue par son engagement envers des ingrédients d'origine naturelle, des procédés de fabrication écologiques et une approche éthique.

Aujourd'hui, Mademoiselle bio accompagne les consommateurs soucieux de leur bien-être dans leur routine beauté. Avec sa vaste gamme de produits certifiés, allant des soins pour le visage et le corps aux produits capillaires, Mademoiselle bio s'adresse à ceux qui recherchent des options durables, sans compromis sur la qualité et l'efficacité.



[Consultez le site internet](#)