



LE CONTEXTE

120 ANS Des vêtements 50% coton et 50% amour depuis 1893.

Paris Marque française de prêt-à-porter pour les petits et grands de 0 à 924 mois

Globe 50% du CA réalisé à l'international

Knit Le savoir-tricoter de Petit Bateau c'est 4 000 tonnes de maille tricotée chaque année !

LE DÉFI

“ Conscient du manque à gagner émanant de notre moteur de recherche, nous souhaitons reprendre la main sur ce levier afin de garantir une expérience de recherche optimale pour nos clients et à fortiori, d'en améliorer les performances. ”

Karine Attali
Online Sales & Web Merchandising
Manager
Petit Bateau

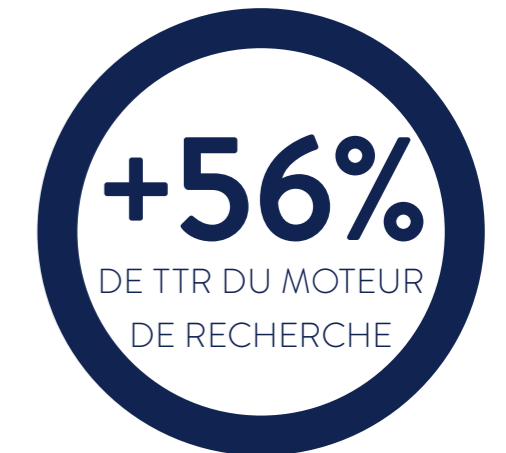
LA RECO

- Améliorer la pertinence du moteur sur des requêtes stratégiques et longue traîne à l'international (7 langues)
- Offrir un réel parcours de recherche en allant au-delà de la suggestions produits
- Accompagner la montée en compétences des équipes Petit Bateau pour gagner en autonomie sur les stratégies merch

LA RÉALISATION

- Aide au choix de l'outil orienté métier et non non technique
- Enrichissement de l'auto-complétion
- Travail de la pertinence des résultats en indexant de nouveaux attributs
- Création de plusieurs stratégies de ranking produits en fonction des temps fort commerciaux

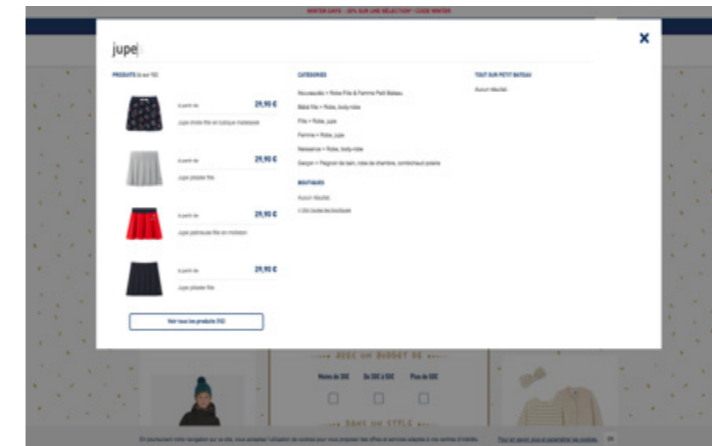
LES RÉSULTATS



AMÉLIORATION DE LA PERTINENCE des produits présentés en page de résultat qui a engendré une augmentation du taux de conversion des visiteurs ayant réalisé une recherche

BAISSE DU 0 RÉSULTAT - 19% de requêtes qui aboutissent à une page 0 résultat grâce à l'amélioration de la pertinence textuelle

HAUSSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES et du nombre de transaction : +70% par rapport à N-1



REQUÊTE «JUPE»

AVANT

REQUÊTE «JUPE»

APRÈS