

LE CONTEXTE

1956 Une marque française engagée dans l'innovation depuis plus de 60 ans.

1968 Tefal rejoint le Groupe SEB, n°1 mondial du petit équipement domestique.

 Présent dans 120 pays

LE DÉFI

“ Dans le cadre de notre accompagnement du groupe Seb sur l'optimisation de l'interface de redirection vers les partenaires, nous souhaitons clarifier le parcours de l'utilisateur dans son parcours d'achat en optimisant l'interface de redirection vers les partenaires e-commerçants. Le recours d'une méthodologie de testing permet de dégager des enseignements appuyés sur la donnée. ”

LE CONSTAT

- Les actions attendues de l'utilisateur ne sont pas claires.
- Les informations clés sont noyées.
- Le CTA n'est pas lisible et confondu avec un lien annexe destiné aux accessoires.

LA RÉALISATION

- Mise en place d'un test à 3 versions sur une période de 4 semaines
- Mise en place de différentes dispositions des retailers
- Création d'un nouveau menu déroulant
- Amélioration du CTA des retailers pour inciter au clic
- Ajout de l'information « En stock » comme éléments de réassurance

LES RÉSULTATS

+16%
DE TAUX
DE LEAD

PARCOURS SIMPLIFIÉ

Nous créons deux étapes pour simplifier les consignes et contribuer à une meilleure lisibilité.

RETRAIT DES ÉLÉMENTS SUPERFLUS

Nous allégeons la popin en n'indiquant que les éléments clés permettant une lecture beaucoup plus fluide et améliorant largement l'expérience.

ÉLÉMENT DE RASSURANCE

Nous mettons en évidence la disponibilité produit chez les e-retailers. Nous ajoutons une mention « En stock ».

