

# L'ART GE & Contentsquare

# Agenda

- 1. Contentsquare**
- 2. Présentation du Digital Experience Benchmark**
- 3. Démarche de l'ART GE x Contentsquare dans l'optimisation du site internet**
- 4. Le Check-out**
- 5. Quelques chiffres de l'ART GE**

# 1. Contentsquare





# Contentsquare

More. Human. Analytics.



**Fondé en 2012**

Next40 – \$810 million



**Siège à Paris**

Bureaux partout dans le monde : *Londres, New York, Munich, San Francisco, Tel Aviv, Tokyo, Singapore, ...*



**+1300 employés**

dont 300 talents en R&D & produit



**+30 brevets**



**#1 global benchmark**

basés sur des milliards de données comportementales



**+850 clients**

**entreprise**

dans 26 pays



**+100 partenaires**

dont 75 intégrations

# Introduction à Contentsquare – Pourquoi ?

*L'expérience digitale reste, pour la plupart des marques, une **boite noire**.*



*80% de tout ce que vous mettez en ligne ne fonctionne pas de la manière dont vous pensez qu'il le ferait.*

**Giles Richardson**  
**VP Customer Journey**

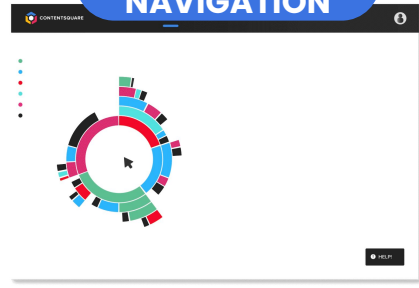
**PARCOURS CLIENT**  
**THÉORIE vs REALITE**



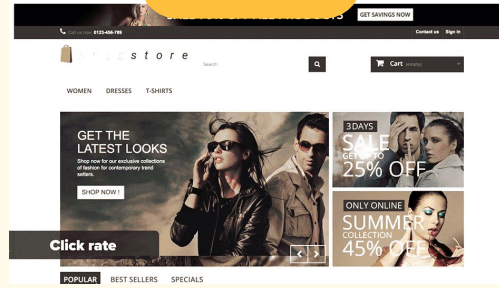
# Une vision complète de l'expérience utilisateur

Des données agrégées, visuelles et intuitives pour comprendre et optimiser l'expérience utilisateur

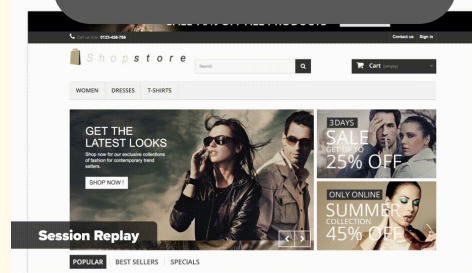
## PARCOURS DE NAVIGATION



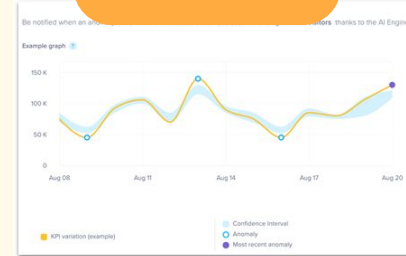
## CONTENU



## SESSION REPLAY



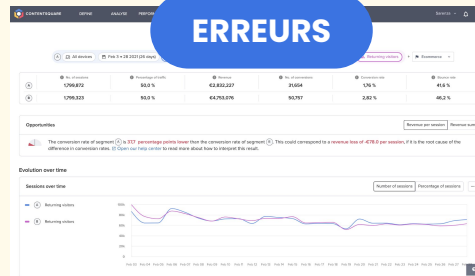
## ALERTES



## ACCESSIBILITE

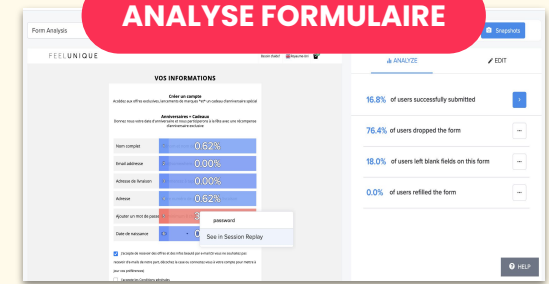
A screenshot of a website dashboard showing accessibility and revenue attribution data. The dashboard includes a 'Revenue & Revenue Attribution' section and a 'Browser Plug-in for Universal Visibility' section. The 'Browser Plug-in for Universal Visibility' section includes a text box: 'Turn your website into your dashboard with our browser plug-in. Your whole team can view live metrics overlaid on your web page to understand how visitors interact with a specific section or zone of a webpage without ever leaving their browser.'

## ERREURS



## UX

## ANALYSE FORMULAIRE



# +850 clients dans le monde, tous secteurs

Retail	          
Grande distribution & restauration	         
Mode	        
Beauté	     
Luxe	     
Voyage & Loisirs	           
Manufacture & Automobile	        
Banque, Assurance & Services	       
Médias et immobilier	      
Energie et Telco	       
B2B	       

# Contentsquare – Customer Experience

Rejoignez notre communauté de Clients pour échanger  
avec d'autres Clients dans l'écosystème !



Devenez membre de la communauté CS !

-  Contentsquare **Community**
-  **Client Club** by Contentsquare
-  Contentsquare **Quarterly Champions**
-  Contentsquare **Loyalty Program**
-  Contentsquare **Exec Club**



## **2. Présentation du Digital Experience Benchmark 2022**



# Quizz

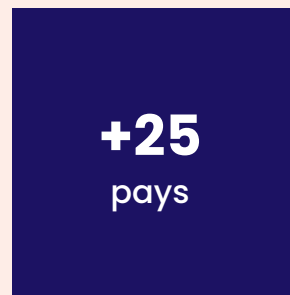


Combien de **sessions utilisateurs**  
Contentsquare a utilisé pour  
réalisé ce Benchmark ?

# Contexte



## Analyse du 1er Janvier au 31 Décembre 2021



# Quizz



Quel est le pourcentage de **clients non satisfaits** de leur **expérience en ligne** ?

# 85%

**Des clients ne sont pas satisfaits de leur expérience lors d'un achat en ligne**

**+10 de heures par jour** devant un écran 🖥️  
**Près de 27 ans de notre vie sur Internet.** C'est plus que notre temps cumulé de sommeil

source: Contentsquare  
Digital Happiness Pulse



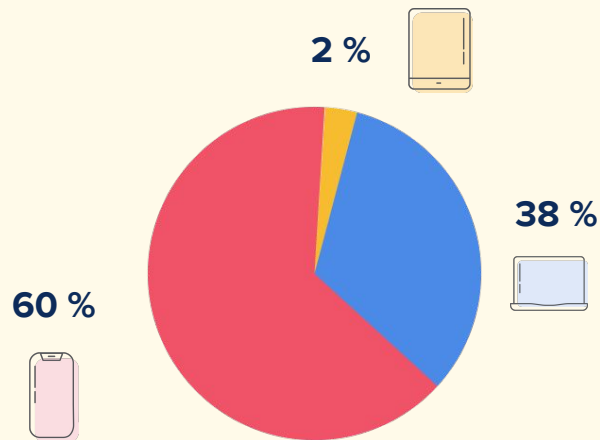
# Quizz



Quel est le pourcentage de  
**trafic mobile Travel** en 2021 ?

# Il est où mon trafic ?

Sur quel support ?

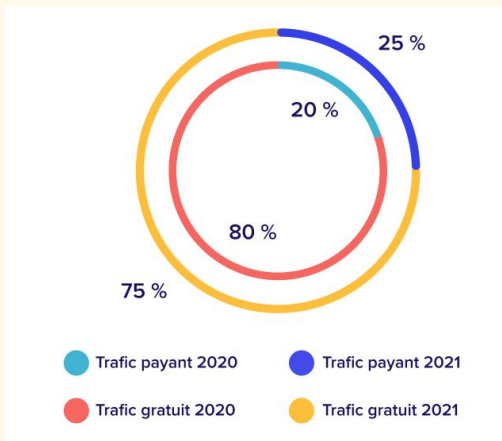


Un **trafic mobile Travel** toujours majoritaire et en augmentation (+4 points vs 2020)

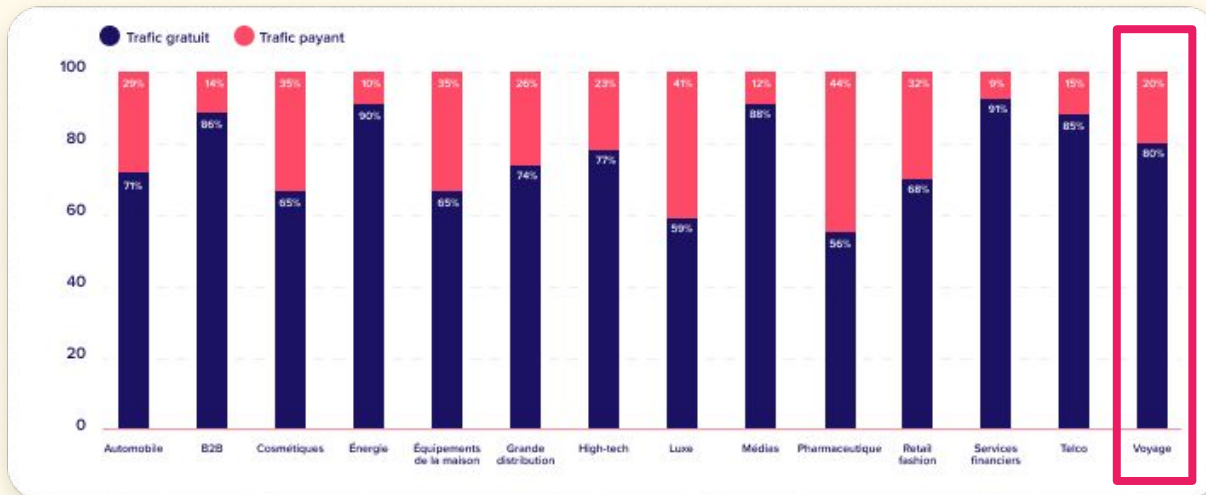
Environ **40%** du trafic reste sur ordinateur

# Source de trafic, et le gagnant est...

Source du trafic toutes industries confondues



Source du trafic



**80 % du trafic provient de sources gratuites** (SEO, mails, direct...) dans l'industrie du voyage.

-> Importance de soigner son site internet



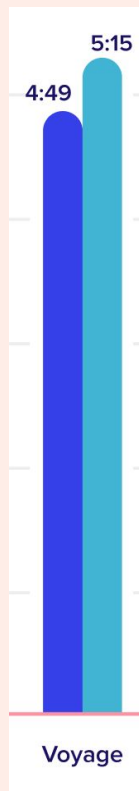
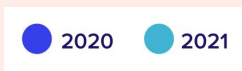
# Quizz



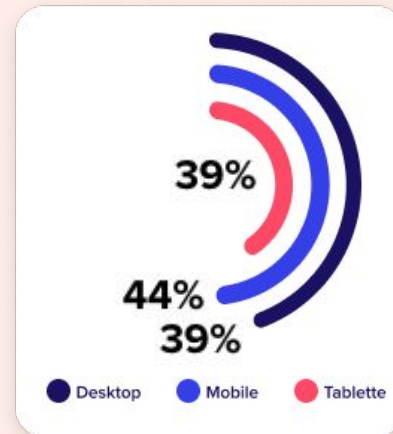
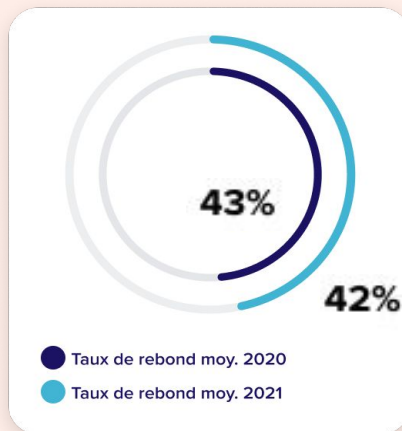
Qu'est-ce qu'un **taux de rebond** ?

# Engagement : taux de rebond et temps passé

Temps moyen passé par session



Taux de rebond moyen - Voyage



## 42 % de taux de rebond moyen

Le mobile reste un "pain point" avec un taux de rebond plus élevé.

Le temps passé par session confirme un **regain d'engagement** : +26 secondes vs 2020.

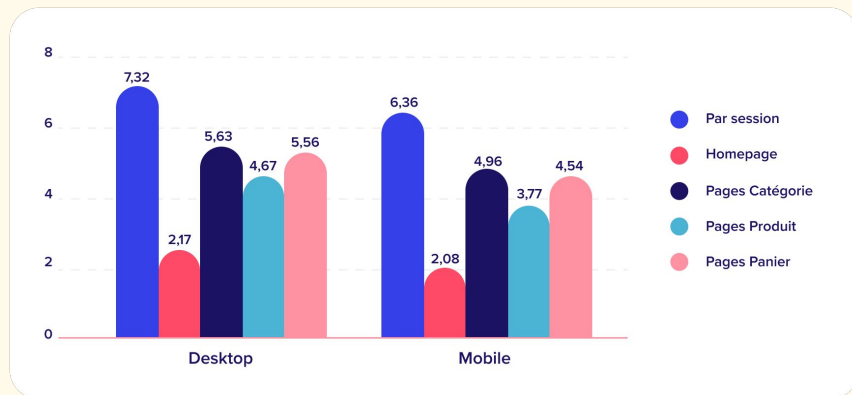
# Quizz



Quel est le **temps moyen de chargement** d'une **page panier** sur ordinateur ?

# Temps de chargement : le compte à rebours est lancé

*Temps de chargement moyen par session et par support (en secondes)*



## Chargement des pages Panier :

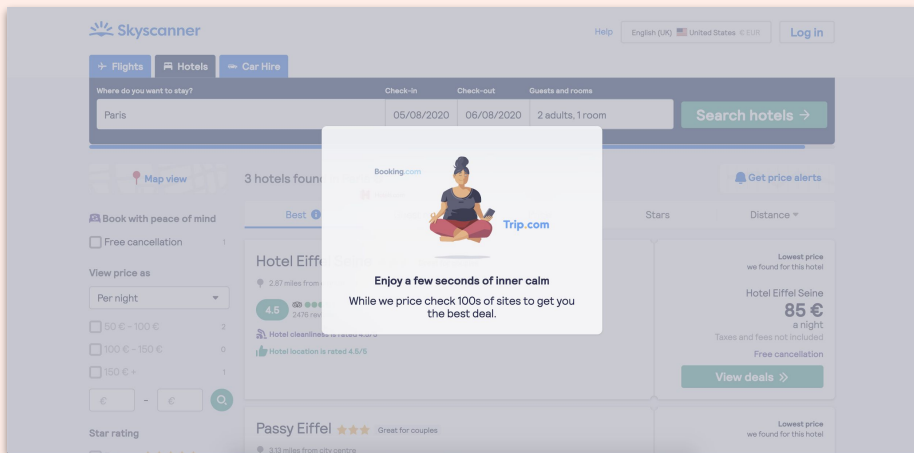
**5,56s sur ordinateur**

**4,54s sur mobile**

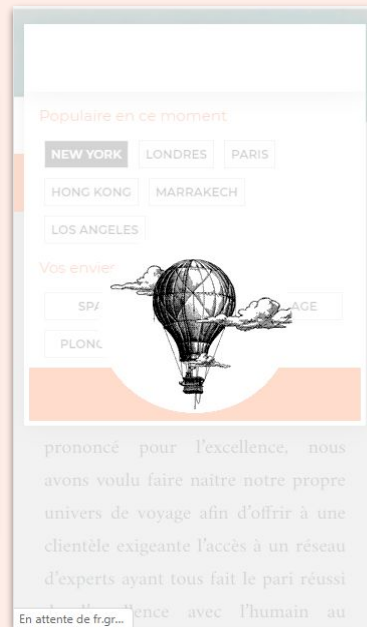
→ risque de pertes de revenus pour les marques

**53%** des visiteurs quittent une page après plus de **3 secondes de chargement**

# Bonne pratique UX/UI - Utiliser des loading animations



Skyscanner



Grand luxury hotel

Ne pas hésiter à utiliser des **animations de chargement personnalisées.**

Cela **permet de garder l'attention de l'utilisateur.**

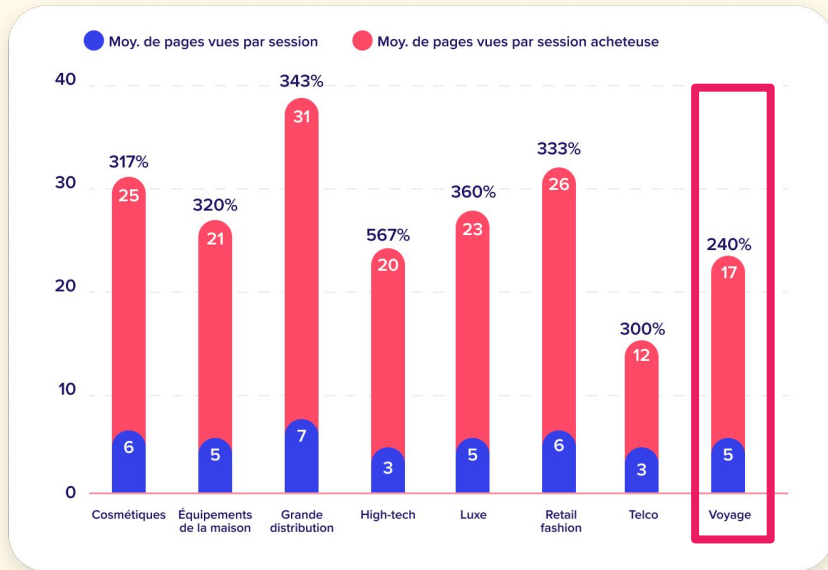
N'hésitez pas à **ajouter une phrase** pour informer l'utilisateur que les recherches sont en cours.

# Quizz

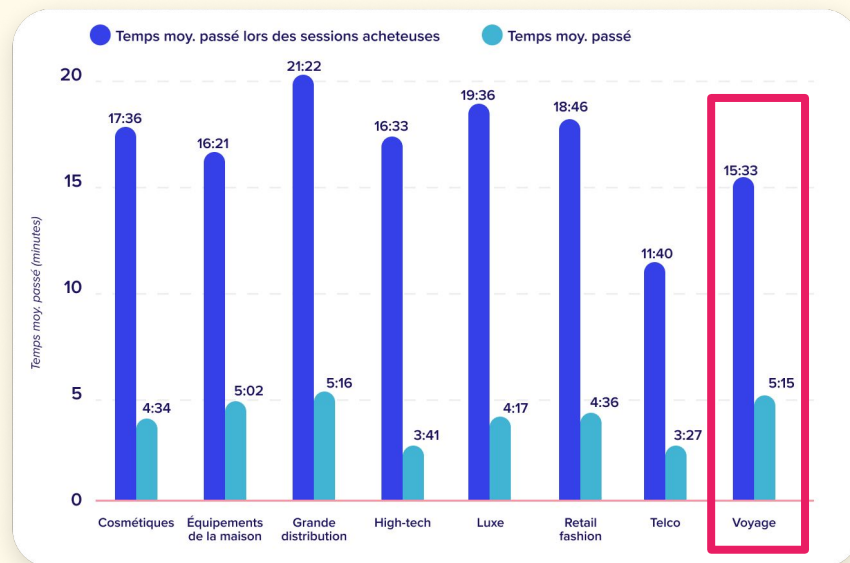
En moyenne, combien y a-t-il  
de **pages vues sur une session  
acheteuse** ?

# Conversion : le mythe de l'achat compulsif s'effondre

Nombre de pages vues moyen par session acheteuse vs session



Temps passé moyen par session acheteuse vs session en minutes



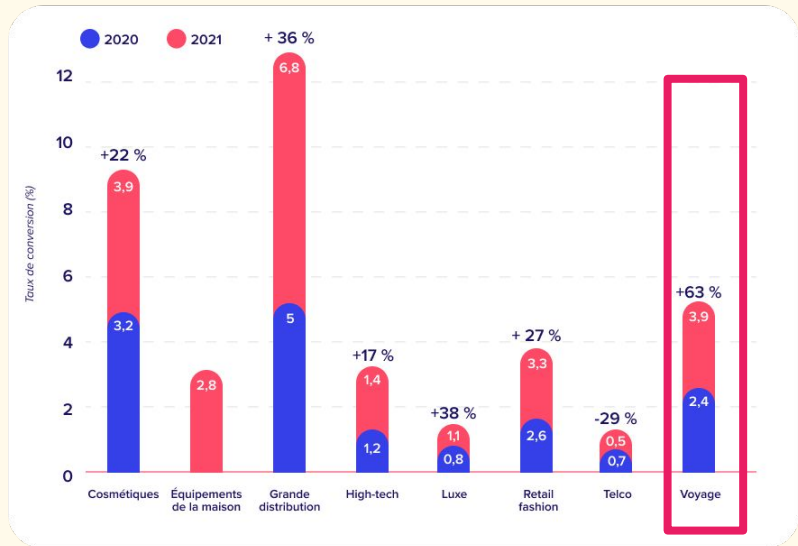
Il n'y a pas d'achat impulsif : **17 pages vues** en moyenne lors d'une session acheteuse contre **5** lors d'une session classique et **+10min de temps passé** !

→ Trop de place pour des erreurs, des bugs UX, temps de chargement trop longs...

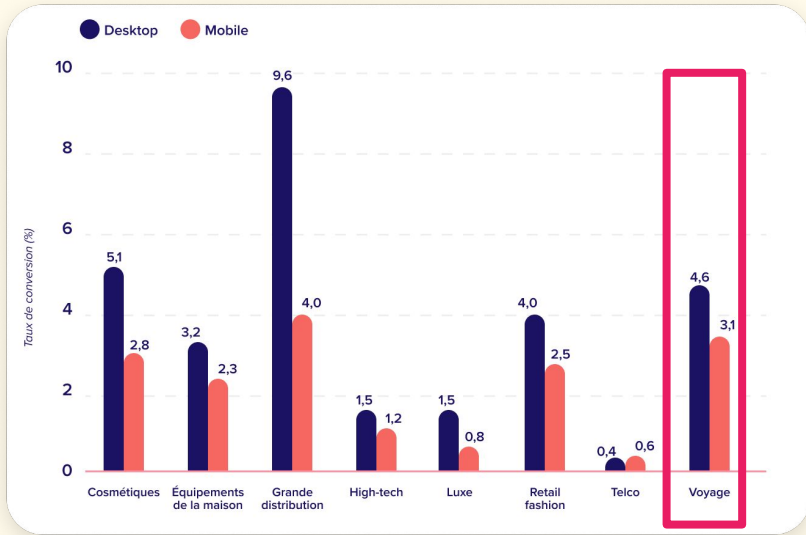
**Il faut réduire les parcours !**

# Conversion : ça repart !

Taux de conversion 2020 vs taux de conversion 2021



Taux de conversion par support et par industrie eCommerce



**La plus forte hausse du taux de conversion (+63 %) parmi les industries eCommerce.**

**Mobile (3,1 %) moins utilisé que l'ordinateur (4,6%)**



# Bonne pratique UX/UI - Guider l'utilisateur sur la complétion des champs !

**Récapitulatif du montant**

Aujourd'hui, vous paierez  
€ 64 x 1 nuit € 63,78

Sur place, vous paierez  
Frais supplémentaires € 4

Montant total € 67,78  
(pour tous les clients)

taxes et frais compris

**Le meilleur des commentaires**

- « très bonne situation géographique »  
47 commentaires correspondants
- « personnel exceptionnel »  
42 commentaires correspondants
- « excellente nourriture »  
19 commentaires correspondants

Atouts de cet emplacement

- Proche des transports en commun  
Parque (300 m)
- Lieux d'intérêt dans les environs  
À proximité : Miradouro da Senhora do Monte, Praça do Comércio et Oceanarium de Lisboa

Combien ne coûtera l'annulation ?  
À partir du 10 septembre 2020 à € 64

**Vous avez un compte ? Cliquez ici pour vous connecter.**

Vous voyagez pour le travail ?  
 Oui  Non

Vous y êtes presque ! Complétez simplement les \*informations requises

Civilité  Prénom \*  Nom \*

Mme  Benmoussa

À l'arrivée, vous devez présenter une pièce d'identité comportant ce nom. Celui-ci ne pourra pas être modifié ultérieurement.

Adresse e-mail \*

Attention aux fautes de frappe  
Veuillez indiquer une adresse e-mail valide

Confirmer l'adresse e-mail \*

Téléphone (de préférence numéro de portable) \*

Chambre Double  
Non remboursable  
8,7 Propreté  
1 590 expériences vécues

Quelles sont les conditions de ma réservation ?

**Prochaine étape : dernières informations >**

*Ne vous inquiétez pas, vous ne serez pas débité(e) maintenant !*

Booking

### Vos coordonnées

Civilité

Nom

Prénom

Pays ou région

Nationalité

N° de téléphone  
Indicatif pays  Numéro local

+33

**TOTAL 5442,25 €**

**Confirmer**

[Ouvrir](#)

Voire avis ?

Accor Hôtels

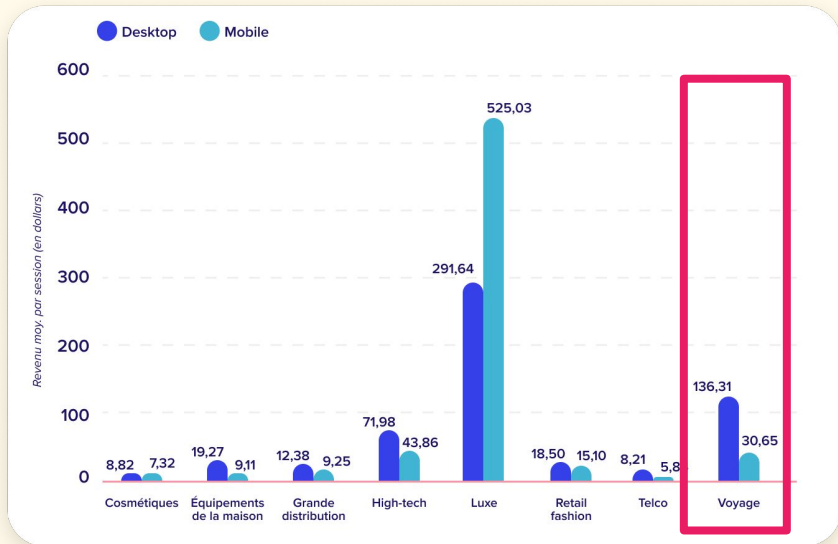
Proposer une **auto-corrrection** sur les champs à compléter.

Indiquer si le champ est correctement rempli avec une **icône check verte**.

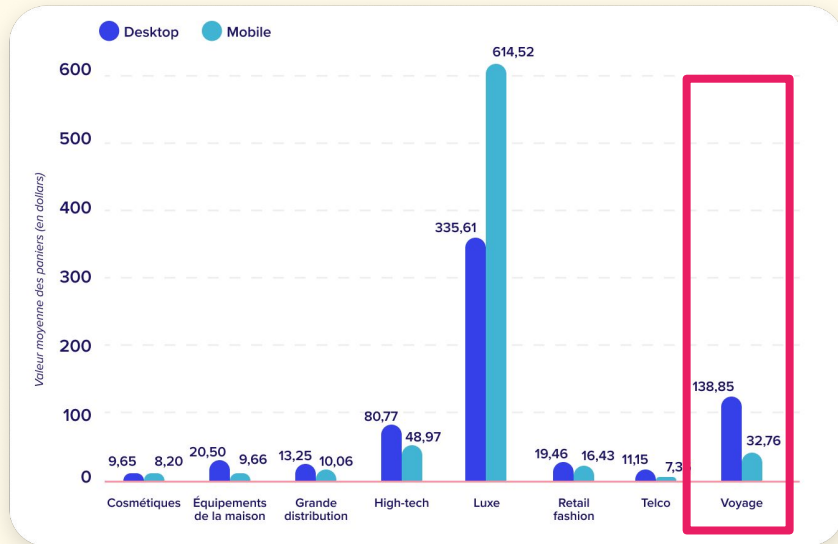
Proposer une **auto-complétion des adresses**.

# Panier moyen et revenus : l'ordinateur domine

Panier moyen par support



Revenu moyen par support



Le panier moyen et les revenus confirment la tendance : **on navigue sur mobile, mais on achète sur ordinateur.**

# Digital Experience Benchmark 2022 : ce qu'il faut retenir

**1 Être présents sur plusieurs supports**  
 Les utilisateurs **naviguent sur mobile**, mais **achètent souvent sur ordinateur**.  
 ⚠ L'expérience doit être **fluide** d'un support à l'autre.

**2 SIMPLICITÉ**  
**L'achat compulsif est un mythe**. Avec **+240 % de pages vues et +10min de temps passé lors d'une session acheteuse**, les erreurs de parcours coûtent cher. Assurez-vous que chaque étape soit **simple et fluide**.

**3 Le temps c'est de l'argent**  
 L'**optimisation du temps de chargement**, sur toutes les pages, est indispensable pour accroître la satisfaction, la conversion et la rétention.

### **3. L'ARTGE et Contentsquare – La collaboration**



# Pourquoi cette collaboration ?



1

Avoir une **meilleure expérience** en ligne

2

Aider le client à **trouver ce qu'il cherche**

3

Pouvoir **tester** ce qu'on veut **mettre en production**

4

Récolter les **meilleures pratiques** de tout ce qui se fait

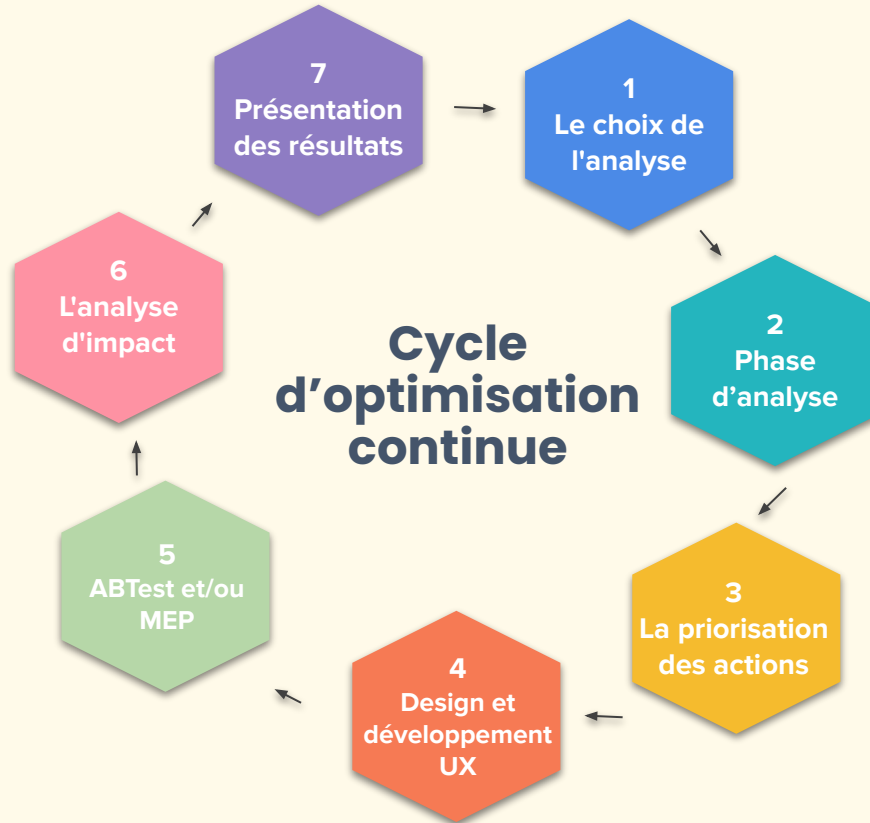
5

**Comprendre** ce qui se passe sur le site de l'ARTGE

6

**Initier** l'envie de vouloir **analyser** ce qui se passe sur leur site

# Comment cette collaboration fonctionne ?



# Les grands objectifs d'ARTGE



## 1

Augmenter le  
nombre  
**d'intention  
d'achat**

## 2

Améliorer la  
**qualité de la  
navigation** et  
**l'accès aux  
offres**

## 3

Plateforme Pro :  
Réaliser un **état  
des lieux** afin de  
faciliter la **gestion  
des offres**  
**Partenaires**

## 4

Devenir une  
**source de  
connaissance**  
**"Data & UX/UI"**  
nationale

## 4. Le Check out





# Qu'est-ce qu'un Checkout ?



# Info ou Intox ?

**Plus de 1 visiteur sur 2 ne complète pas l'étape de Paiement sur Mobile ?**

# Quizz

Citez-moi **1 raison** qui explique qu'**un visiteur abandonne son Panier** une fois arrivé **dans le Checkout ?**

1.

## Tu diversifieras les méthodes d'enregistrement

Enregistrement classique



Achat en tant qu'invité



Enregistrement via des services tiers



### Astuce d'experts

Déplacer l'enregistrement à la fin du checkout, après la revue du panier et le choix du mode de livraison.



Retrouvez l'article

complet sur le blog de



CONTENTSQUARE

2.

## Tu détailleras les étapes pour plus de transparence



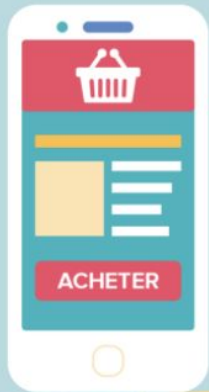
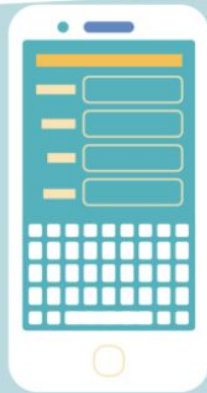
La barre de progression est indispensable pour que l'utilisateur suive l'avancement du checkout.




4.

## Tu peaufineras l'UX sur mobile

Diminuer le nombre de champs de vos formulaires

Adapter la taille des champs et claviers aux contraintes de l'usage mobile



-  Conserver votre panier "sticky"
-  Faciliter la modification ou la suppression d'items du panier
-  CTA très descriptifs

3.

## Tu useras (et abuseras) de la réassurance

Les 3 piliers de la confiance utilisateurs sont :

Les garanties d'un paiement sécurisé

La transparence sur la collecte des informations et leur utilisation

Un service client facilement consultable



# PANIER

Stock réservé pendant 60 minutes seulement



PAIEMENT SÉCURISÉ

EXPLORE  
GRAND  
EST

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	VOS OPTIONS	PRIX
 <p>ASOS - Veste cintrée en crêpe</p> <p><a href="#">SAUVEGARDER</a>   <a href="#">SUPPRIMER</a></p>	Couleur : Noir Taille : EU 34 Quantité : 1	59,99 €
 <p>ASOS - Chemise à carreaux vichy</p> <p><a href="#">SAUVEGARDER</a>   <a href="#">SUPPRIMER</a></p>	Couleur : Multi Taille : EU 36 Quantité : 1	35,99 €

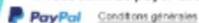
[MODIFIER LES INFORMATIONS](#)

[MODIFIER LES INFORMATIONS](#)

📢 On peut vous tenter ? Dépensez 4,01 € supplémentaires et profitez de la livraison 24h sur votre commande.

[SAUVEGARDER PANIER](#) | [VIDER PANIER](#) (Les articles du panier sont sauvegardés jusqu'à expiration)

Pour avoir la chance de gagner un bon d'achat de 500 € à dépenser sur ASOS, il vous suffit de payer avec PayPal.



[Conditions générales](#)

Tous nos autres moyens de paiement :



Sous-total avant l'ajout des frais de livraison 95,98 €

FR Standard (à partir de 24,99 € d'achat) 0,00 €

[Voir les tarifs de livraison internationale](#)

Montant total 95,98 €

[CONTINUER MES ACHATS](#)



PAIEMENT SÉCURISÉ



LIVRAISON STANDARD  
GRATUITE\*

Sous 5 jours ouvrés

[\\*PLUS D'INFOS ICI >](#)



NOUVEAU !  
ASOS LIVRAISON PREMIER

LIVRAISON 24H ILLIMITÉE POUR 15€/AN

[EN SAVOIR PLUS >](#)



RETOURS GRATUITS SUR TOUTES  
LES COMMANDES\*

\*France métropolitaine uniquement

5.

## Tu proposeras le formulaire parfait

Auto-complétion  
de série

L'adresse de  
livraison est par  
défaut la même  
que celle de  
facturation

Les informations  
renseignées sont  
validées au fur  
et à mesure

Les champs sont groupés  
le plus possible, comme  
Prénom Nom ou Adresse



6.

## Tu t'appliqueras sur les informations de livraison et les retours produit



## SECURE CHECKOUT - STEP 1 2

**PayPal** Speed through checkout. PayPal is the safer, easier way to pay.

### Shipping Address

Choose Location

Save Address As

First Name\*

Last Name\*

Required fields are marked with an asterisk (\*).

Company

Address\*

Address 2   
(apartment, building, floor, etc.)

City\*

State\*

Zip Code\*

Phone\*  (  )  -  Ext

Save this address for future orders





### Payment Options

**Credit Card** Preferred Account Bill Me Later\* PayPal Bill Payment


Choose Card

Save Card As

Cardholder Name\*   
(exactly as shown on card)

Card Number\*     

Expiration Date\*



My shipping address is also my billing address for this card.

First Name\*

Last Name\*

Billing Address\*

Address 2   
(apartment, building, floor, etc.)

City\*

State\*

Zip Code\*

Billing Phone\*  (  )  -  Ext

Save this card for future orders

Credit Card payment selected **REVIEW ORDER** ▶

## Checkout

Shipping ———— Billing ———— Review ———— Receipt

### Shipping address

First name

Last name

Company

Phone

Email

Address 1

Address 2

City

State  Zip

### Shipping service

- Standard**  
14 days - \$6.99  
*Get it by August 15th*
- Expedited**  
7 days - \$1.99  
*Get it by August 10th*
- Express**  
3 days - \$19.99  
*Get it by August 3rd*

**Proceed to billing**

**Shipping Disclaimer:** Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis rhoncus varius euismod. Vivamus laoreet gravida convallis. Etiam eu porta sapien. Nam pharetra condimentum massa et volutpat. Donec a consequat neque. Vivamus sit amet molestie diam. Donec vulputate accumsan nisi. [Read more](#)



8.

Tu seras clair et concis dans le récapitulatif de la commande

- La liste des produits commandés
- Le prix total
- Le montant de la réduction si applicable
- Le montant des frais de livraison
- Le mode de livraison
- Les options de paiement disponibles

7.

Tu multiplieras les moyens de paiement

PayPal

Alipay™



Google Pay



Apple Pay





Quelques petites **subtilités régionales** existent :

**En Europe et aux États-Unis** : carte bancaire (pensez au scan automatique), PayPal, VisaPay, ApplePay, GooglePay, prélèvements, facture..

**En Chine** : carte bancaire, AliPay, WeChatPay, Tenpay, Unionpay,

**Au Japon** : carte bancaire, konbinis, prélèvements, eWallets, PayPal, facture.

9.

Tu isoleras le checkout



10.

Tu capturas les utilisateurs  
qui abandonnent



Univers produits

Promotions

Enfants

Nos cours

&lt; retour à l'étape précédente

## livraison

1

panier

2

livraison

3

paiement

Pour connaître le prix de livraison, merci de renseigner ces informations

Pays

France



code postal



## Récapitulatif

1 produit 21,39 €

Total Hors livraison 21,39 € TTC

passer au paiement



Paiement 100% sécurisé

Rappel du panier



## Paiement sécurisé

 Mémoriser ma carte

## En résumé

MONTANT PANIER : **69,99€**

COLISSIMO (à domicile) : **OFFERT !**  
Gratuit à partir de 39,99 euros

**TOTAL :** **69,99€**

+ 840 PTS SUR MA MÉGACARTE

TOTAL ESTIMÉ DE VOS POINTS À L'EXPÉDITION : **1,390 pts**

Ce décompte ne tient pas compte d'éventuelles remises.

## Paiement sécurisé



### CARTE BANCAIRE

Numéro de carte \*

Numéro de carte \*

Date d'expiration \*

MM/AA \*

Cryptogramme \*

Cryptogramme \*

 Mémoriser la carte pour de futurs achats

PYPAL

Vous n'avez pas de compte paypal ? Le paiement via paypal avec une carte de crédit ou une carte de débit est aussi possible !

## En résumé

Vous avez un code avantage ?

Vous avez une carte cadeau ?

Vos bons d'achat

MONTANT PANIER : **86,98€**COLISSIMO [Modifier](#) **GRATUIT**

(à domicile)

Gratuit à partir de 39,99€

31 rue Boc  
06600 Antibes**TOTAL :** **86,98€**

Paiements sécurisés

[>>> VALIDER LE PAIEMENT](#)

En cliquant sur le bouton Valider, je reconnais avoir lu et accepté les conditions générales de vente.

# Pour récapituler ...

## 1

Faciliter  
**l'identification/  
connection**

## 2

Possibilité de convertir  
**en mode invité** ou  
**raccourcir** la création  
de compte

## 3

Proposer **un rail d'  
étapes** et donc  
**gagner en  
transparence**

## 4

**De la réassurance**  
mais avec  
parcimonie.

## 5

Diversifier les  
**moyens de  
paiement**

## 6

reRéduire les  
**portes de sortie**

## **5. Quelques chiffres ARTGE**





# Catalogue de l'offre / Typologies & Filières

Chiffres en date du 21/04/2022



**638**  
prestataires



**1 375**  
offres publiées

## Par filière prioritaire

- > Nature, itinérance & outdoor : **417 offres**
- > Oenotourisme & gastronomie : **321 offres**
- > Mémoire, culture & patrimoine : **189 offres**
- > Thermalisme & Bien-être : **120 offres**
- > Savoir-faire : **71 offres**

## Par typologie



**670**  
Activités



**368**  
Hébergements



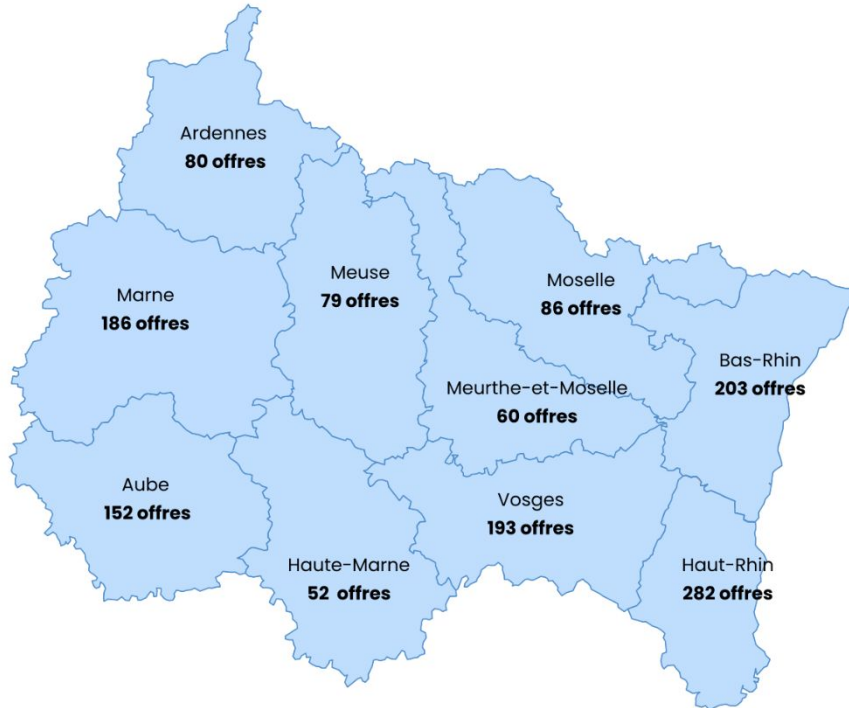
**285**  
Idées séjours



**52**  
Restaurants

# Catalogue de l'offre / Départements & Destinations

Chiffres en date du 21/04/2022

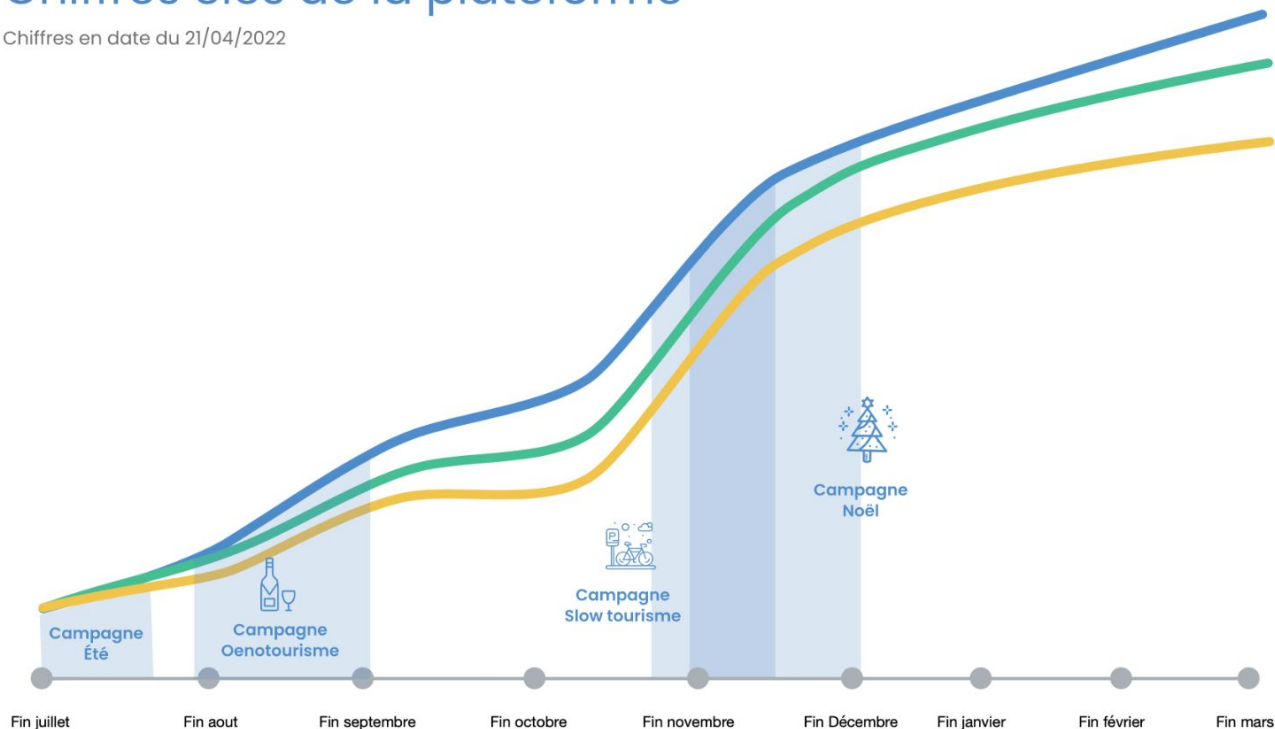


## Par destination

- > Alsace : **485 offres**
- > Lorraine : **418 offres**
- > Champagne : **390 offres**
- > Vosges (*périmètre MDV*) : **292 offres**
- > Ardenne : **80 offres**

# Chiffres clés de la plateforme

Chiffres en date du 21/04/2022



**Intention d'achats**

**6 750 000 €**

**Réserver**



**37 000 clics**



**Pages vues**

**3 000 000**

# Données & Analyses : provenances de nos visiteurs

Chiffres en date du 21/04/2022

## Provenance des visiteurs (tout origine)



## Provenance des visiteurs (France)

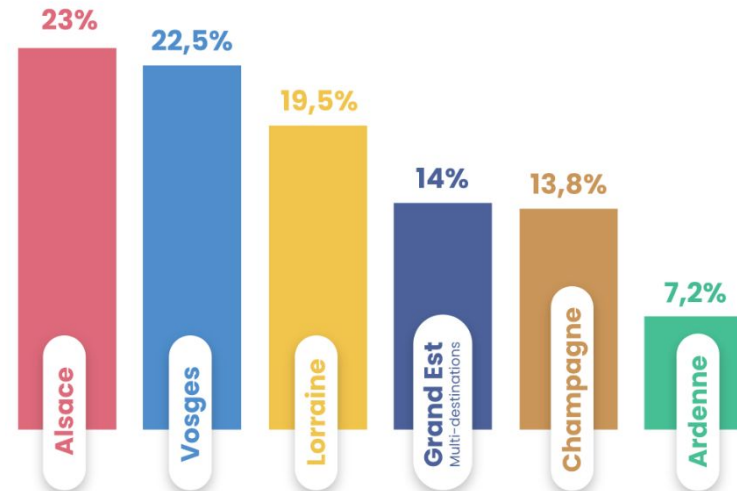


## Top 5 des territoires (France, hors GE)



**i** La répartition en terme d'intentions d'achat est quasi identique à la répartition en terme de trafic/sessions (graphique ci-dessus)

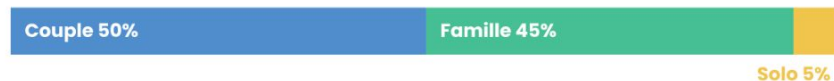
## Intérêt pour les destinations



# Données & Analyses : profil de nos visiteurs

Chiffres en date du 21/04/2022

## Répartition des profils



## Répartition homme/femme



## Détails par âges

18-24 ans : 12,74%

25-34 ans : 25,62%

35-44 ans : 24,63%

45-54 ans : 17,59%

55-64 ans : 11,94%

65+ans : 7,48%

Les 25-44 ans représentent environ 50% de notre trafic sur Explore Grand Est, cela nous porte à croire que le travail de ciblage (Couple et Famille) est correctement réalisé.

**i** Il est à noter que **seulement 54% des utilisateurs acceptent d'être profilé**.  
Les pics de fréquentation sont observés de 18 à 21h (Comportement normal)

## Les produits qui intéressent nos visiteurs



**i** Les idées séjours sont réparties dans ces 3 grandes typologies

## Top 5 Hébergements



## Top 5 Activités



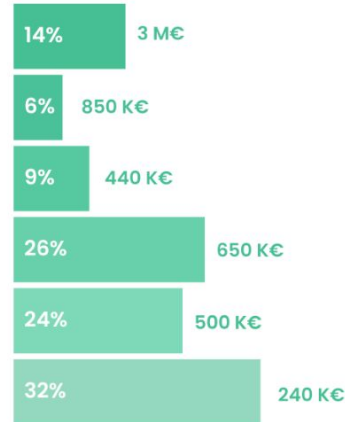
# Données & Analyses : acquisitions

Chiffres en date du 21/04/2022

## Sources d'acquisitions



## Taux de conversion (moy. 12,6%)



**i** Observation : Les visiteurs acquis par les canaux SEO représentent encore un volume faible (Trafic) cependant les volumes en intentions d'achats sont extrêmement bon plusieurs travaux sont en cours afin de capitaliser au long terme sur ces sources d'acquisitions

## SEO

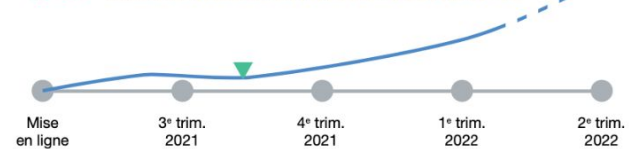
### Référencement naturel de nos pages

x 1,7 Depuis la création de l'espace « Noël en Grand Est », 35 nouvelles pages à venir spécialement conçus autour de l'optimisation SEO



### Sites référents

x 3 Depuis les travaux de maillage avec le site de la destination Lorraine, Site Alsace en cours avec l'ADT



**Questions ?**





**Merci !**