



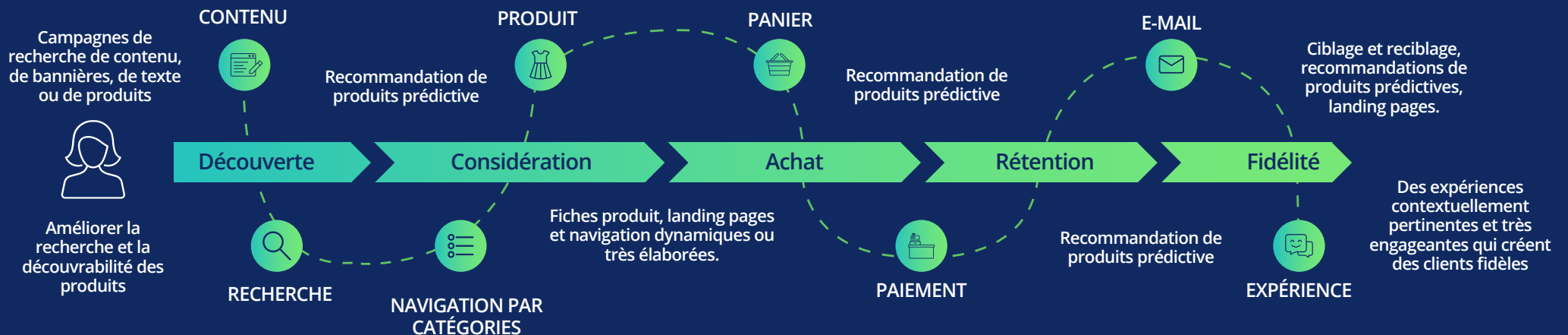
Exceptional Shopping Experiences

Comment optimiser la découverte de produits pour l'e-commerce ?



Le parcours de découverte n'est plus linéaire

Les consommateurs d'aujourd'hui interagissent avec les marques à travers de multiples points de contact et déterminent eux-mêmes leur parcours d'achat. La découverte de produits est un processus qui consiste à **guider sans effort les acheteurs pour qu'ils trouvent plus rapidement ce qu'ils recherchent**. Elle est au cœur d'une expérience e-commerce optimisée.



Avant de passer à la caisse, un visiteur vit en moyenne une quinzaine de micro-moments, c'est-à-dire de petites interactions entre un visiteur et une marque motivées par des intentions.

Chaque visite détermine si l'acheteur poursuit son parcours ou quitte le site. Il est donc crucial pour les marques et les retailers de proposer une série d'expériences de découverte des produits qui soient bien connectées, hautement pertinentes et qui incitent à poursuivre la réflexion, jusqu'à la conversion.

Les principaux défis des e-commerçants



Surcharge de choix

Seuls environ 2 % des acheteurs en ligne se convertissent. Cela est dû en partie au nombre écrasant de produits qui leur sont présentés, ce qui peut entraîner une paralysie du choix. Les acheteurs recherchent généralement un article, puis affinent les résultats à l'aide de filtres - couleur, taille, prix - et se retrouvent souvent avec des centaines de résultats.



Détection des intentions

Tous les acheteurs ne visitent pas un site en sachant exactement ce qu'ils recherchent. Pour compliquer encore les choses, à chaque visite, l'intention de l'acheteur peut changer. Afin d'offrir une expérience de découverte de produits pertinente, les e-commerçants doivent comprendre l'intention précise et les objectifs spécifiques de chaque acheteur au moment précis de l'engagement.



Évolution du comportement de recherche des consommateurs

Confrontés à ce paradoxe du choix, les acheteurs ont commencé à essayer de réduire la gamme de produits qui les intéressent, en définissant mieux leurs besoins. Cela a donné lieu à des requêtes de recherche de plus en plus complexes et détaillées, difficiles à optimiser. Si l'on n'y remédie pas, ces requêtes se traduisent par une mauvaise expérience de recherche pour les acheteurs et une perte de revenus pour les marques.

3 consultations

Il faut en moyenne 3 consultations avant qu'un client ne convertisse.

34%

des acheteurs abandonnent la navigation sur un site web après seulement dix minutes.

54%

des consommateurs abandonnent un site e-commerce si le choix est trop difficile.



Recherche : Aidez vos visiteurs à trouver les produits qui les inciteront à acheter !

La barre de recherche est généralement le premier endroit où les acheteurs se rendent lorsqu'ils ont une idée précise de ce qu'ils recherchent. Pour tirer parti de cette intention d'achat, les e-commerçants doivent comprendre les besoins des acheteurs pour répondre à leurs attentes.

Notre solution de recherche basée sur l'IA, leader sur le marché, collecte et **exploite toutes les données produit disponibles** - de plusieurs types et provenant de tous les canaux - pour produire une représentation sémantique de chaque produit. Cela permet à l'IA de mieux comprendre l'intention derrière les mots-clés et les phrases utilisés par l'acheteur et de les faire correspondre aux bons produits du catalogue.

50%

des recherches sur Google comportent 4 mots ou plus

Les acheteurs qui utilisent la barre de recherche sont **1.8 plus susceptibles** de se convertir

L'utilisation de la recherche sur site entraîne en moyenne **une augmentation de 25 à 50%** de la valeur moyenne par commande

Étude de cas : Pretty Little Thing



Le défi

Après avoir déployé la nouvelle fonctionnalité de recherche basée sur l'IA d'Attragt, PrettyLittleThing est désormais en mesure d'offrir des expériences plus précises et plus pertinentes, même pour les demandes de recherche les plus complexes et les moins structurées.

Les résultats

20%

augmentation des taux de conversion pour les recherches concernées au Royaume-Uni.

97%

réduction des résultats nuls, soit seulement 0,1 %.

7%

diminution des recherches affinées (UK). Les acheteurs ont besoin de moins de recherches pour trouver ce qu'ils veulent.

34%

augmentation des taux de conversion pour les recherches concernées en France.



[Lire l'étude de cas en entier](#)

Merchandising et Navigation :

Offrez une expérience de navigation supérieure tout en atteignant vos objectifs

Qu'un acheteur ait un produit en tête ou qu'il cherche à explorer et à s'inspirer, il sera ravi de vivre une expérience de navigation intuitive. Veillez à ce que les acheteurs puissent naviguer de manière fluide vers les produits qui les intéressent, en fonction des attributs qui sont importants pour eux.

Plus de 85%

des acheteurs en ligne accordent plus d'importance aux informations visuelles qu'aux textes



Limitez le choix grâce à des filtres et facettes, pour éviter la surcharge



Améliorez la présentation visuelle et la pertinence en regroupant les produits sur la base d'attributs spécifiques comme la couleur, le design, ou la sous-catégorie.



Constituez manuellement des pages pour inspirer les acheteurs en affichant des produits qu'ils n'auraient peut-être pas envisagés autrement.



Incorporez du contenu aux produits afin d'ajouter de la valeur pour l'acheteur et fournir des informations pertinentes pour l'aider à choisir.



Soyez stratégique pour contribuer aux objectifs des acheteurs et aux vôtres.

Étude de cas : Nature & Découvertes



Le défi

Nature & Découvertes avait besoin de classer, structurer et optimiser la visibilité de +30 000 produits. Son objectif principal était de reproduire en ligne l'expérience client vécue en magasin. Cela a été possible grâce à la personnalisation basée sur l'IA et, en particulier, grâce à leur Moteur Cadeaux développé par Attraqt.

Les résultats

x7
augmentation du
CA généré par le
moteur cadeaux

9%
poids des
recommandations
Attraqt sur le CA



[Lire l'étude de cas en entier](#)

Recommandations : Inspirez avec des recommandations produits très pertinentes

Favorisez la découverte des produits en fournissant des recommandations pertinentes et utiles à vos visiteurs en fonction de leur intention. Proposez d'autres articles complémentaires afin de motiver des achats supplémentaires et d'augmenter la valeur moyenne par commande.

Home Page

Même catégorie

Recommandez des produits pour une catégorie spécifique qui s'alignent sur les campagnes de la home page.

Catégorie diversifiée

Recommandez une gamme de produits diversifiée qui reflète la vaste gamme du catalogue.

Page Produit

Articles similaires

Affichez les produits qui partagent les mêmes attributs, par exemple le même style et la même couleur.

Même promotion

Recommandez des produits dans la même promotion, par exemple en montrant d'autres recommandations de vente.

Personnalisé

Recommandez des produits en fonction des filtres sélectionnés et d'autres comportements de l'acheteur.

Page Ajout Panier

Articles similaires

Affichez les articles similaires aux produits du panier, par exemple la même catégorie, la même marque, la même promotion, etc.

Articles complémentaires

Recommandez des produits complémentaires, par exemple des accessoires qui sont fréquemment achetés avec le produit dans le panier.

Les recommandations personnalisées peuvent apporter

50%
augmentation de l'engagement

56%
taux de retour visiteur

344%
augmentation du temps passé sur le site

Étude de cas : La Redoute



La Redoute

Le défi

La Redoute a mis en place la recommandation de produits d'Attraq afin d'offrir une expérience client cross-canal personnalisée et d'accroître la fidélité de ses clients.

Les résultats

40%

augmentation du taux de clics directement à partir des recommandations

25.5%

augmentation globale du taux de clics des e-mails

30%

augmentation du taux de clics des recommandations suite à des activités de réengagement



[Lire l'étude de cas en entier](#)

Prêt à commencer ?

Demandez une démo dès aujourd'hui pour découvrir comment optimiser l'expérience de découverte de vos produits et augmenter les conversions et la valeur moyenne par commande.



Demandez une démo

Contactez-nous



+33 1 85 09 03 77



contact-fr@attraqt.com



attraqt.com

Retrouvez-nous à



Londres

Chicago

Amsterdam

Sydney

Paris

Sofia

Hambourg