

# Devred convertit son site e-commerce en un levier stratégique de croissance grâce à AB Tasty.

Devred, marque emblématique du prêt-à-porter masculin, a su relever un défi de taille : transformer son site e-commerce en un véritable moteur de croissance stratégique. Fort de ses 300 boutiques physiques et de son identité bien ancrée en magasin, Devred s'est lancé dans une démarche ambitieuse pour conquérir le digital, attirer une clientèle plus jeune et accroître ses performances en ligne. En 2024, l'entreprise a choisi AB Tasty pour mettre en œuvre une solution complète alliant expérimentation web, recommandations et merchandising, afin de réinventer l'expérience client en ligne et maximiser son impact digital.

## LE CHALLENGE

Avec 300 boutiques physiques en France et une forte présence hors ligne, Devred avait du mal à faire de son site e-commerce un véritable moteur de croissance. Avec seulement 2 % de son chiffre d'affaires généré par le digital et un taux de conversion de 1,4 %, bien en dessous de la moyenne du marché (à 3 %), la marque souhaitait repenser son approche digitale. L'équipe e-commerce cherchait une solution à la fois performante et simple à gérer.

Leurs principaux objectifs :

- Augmenter la part du CA e-commerce à 15-25 % pour atteindre les standards du secteur.
- Offrir une expérience utilisateur fluide et personnalisée tout en simplifiant leur écosystème technologique.
- Faire du canal digital un relais de croissance autonome et stratégique.



## LA SOLUTION

Devred a mis en place une stratégie globale, combinant recommandations personnalisées, optimisation du merchandising et A/B tests.

Voici les points clés de leur approche :

- **Recommandations personnalisées** : affichées à des moments stratégiques (page d'accueil, fiches produits, modale d'ajout au panier), ces recommandations étaient optimisées pour encourager la conversion et augmenter la valeur moyenne des paniers.
- **Merchandising dynamique** : Devred a personnalisé les pages catégories lors d'événements-clés comme le Black Friday, tout en consolidant la gestion de leurs campagnes dans une interface unique.
- **Tests A/B** : la plateforme AB Tasty leur a permis de tester rapidement de nouvelles idées (ajout d'éléments de réassurance, modifications de design) pour valider les meilleures pratiques.
- **Interface intuitive** : l'accès à un widget personnalisé a permis à l'équipe de contrôler facilement les designs et contenus des recommandations, réduisant leur dépendance aux ressources techniques.



## LES RÉSULTATS

Depuis le lancement de la plateforme AB Tasty en juillet 2024, Devred a enregistré des améliorations significatives :

- **Recommandations produits** : les utilisateurs des recommandations dépensent 4 fois plus que les autres visiteurs. Les revenus générés par ces utilisateurs représentent 35% du chiffre d'affaires global du site.
- **Panier moyen** : les utilisateurs de recommandations ont un panier moyen atteignant 98€, soit 13% de plus que les autres visiteurs.
- **Simplification** : l'équipe e-commerce a réduit la complexité de sa stack technologique tout en gérant plus efficacement les campagnes grâce à une interface unifiée.

## LES BÉNÉFICES

- **Croissance du CA en ligne** : une meilleure personnalisation et un merchandising stratégique ont augmenté la contribution du digital au CA global.
- **Expérience client optimisée** : Devred a créé une expérience fluide et cohérente entre ses canaux digitaux et physiques, attirant une audience plus jeune et fidèle.
- **Prise de décision basée sur les données** : les outils analytiques d'AB Tasty ont permis d'identifier rapidement les opportunités d'amélioration.
- **Autonomie renforcée** : avec des outils intuitifs et flexibles, l'équipe a gagné en efficacité.

