

Patyka booste les conversions et améliore son UX avec AB Tasty

Patyka, marque pionnière dans le domaine des cosmétiques biologiques et naturels, est à la pointe de l'industrie depuis 2002. Première marque à avoir obtenu la certification biologique Ecocert, Patyka est à la pointe de l'innovation et propose une gamme complète de produits de soins de la peau et de produits anti-âge certifiés biologiques.

LE DÉFI

Patyka, pionnier de la cosmétique biologique et naturelle, est une force dynamique de l'industrie de la beauté depuis sa création en 2002. Marque de niche, Patyka s'est développée en France et à l'international, distribuant ses produits dans plus de 2 000 points de vente physiques et sur sa propre plateforme de commerce électronique.

En 2022, dans le but d'accélérer sa croissance numérique, Patyka s'est lancée dans un projet global de refonte de l'expérience utilisateur de sa boutique en ligne. L'objectif était de reproduire en ligne l'expérience haut de gamme de la marque en magasin, en garantissant un parcours d'achat transparent, personnalisé et efficace qui ne se contenterait pas de répondre aux attentes des clients, mais les dépasserait.

Pour y parvenir, Patyka avait besoin d'une solution capable de gérer son vaste catalogue de produits, d'automatiser les tâches fastidieuses et d'offrir une expérience d'achat personnalisée à chaque visiteur.

« AB Tasty a transformé l'expérience d'achat sur notre site. Nous constatons déjà des gains de temps significatifs grâce à l'automatisation ainsi qu'une amélioration drastique de l'interface utilisateur. L'assistance d'AB Tasty a été de premier ordre tout au long de la mise en œuvre. »



Cindy Calloc'H
Digital & E-commerce Project
Manager

LA SOLUTION

Patyka s'est tournée vers AB Tasty pour améliorer sa présence en ligne. La mise en œuvre s'est concentrée sur plusieurs domaines clés :

1. **E-Merchandising intelligent** : Selon le Digital Experience Benchmark 2023 de Contentsquare, les utilisateurs explorent généralement environ 20 % des pages d'une catégorie au cours d'une session. L'organisation de ces pages est donc essentielle pour convertir les visiteurs en clients. L'ancienne approche manuelle de Patyka pour trier les produits dans le back-office de Shopify était non seulement chronophage, mais aussi sous-optimale.

AB Tasty a introduit une solution automatisée et intelligente d'e-merchandising qui ajuste dynamiquement l'emplacement des produits en fonction des ventes récentes, de la récurrence des produits et des niveaux de stock. Par exemple :

- **Bloc 1** : Affiche les 4 produits les plus vendus dans chaque catégorie.
- **Bloc 2** : Affiche les produits disponibles triés selon un score pondéré (80 % de ventes récentes, 20 % de récurrence du produit).
- **Bloc 3** : Liste des produits triés selon leur statut de best-seller.

Ce reclassement dynamique, mis à jour quotidiennement, garantit que les produits les plus pertinents sont toujours au premier plan, ce qui améliore les chances de conversion.

2. Recommandations de produits personnalisées : AB Tasty a optimisé la stratégie de vente croisée de Patyka grâce à des recommandations personnalisées :

- **Pages de catégories :** Mise en avant des produits les plus vendus dans des catégories connexes.
- **Pages de produits :** Présentation des articles les plus consultés en rapport avec le produit actuel.
- **Ajouter au panier :** suggestion des produits fréquemment achetés avec l'article ajouté.
- **Page du panier d'achat :** Recommandation de produits complémentaires à l'article le plus cher, dont le prix est inférieur à 80 % de la valeur du panier.

Ce placement permet de présenter aux clients des produits pertinents et d'augmenter la valeur moyenne des commandes.

3. Produits récemment consultés : AB Tasty a mis en place une barre « Produits récemment consultés » au bas du site de Patyka, permettant aux utilisateurs de revenir aux articles précédents. En survolant la barre, les détails du produit s'affichent avec une option directe d'ajout au panier, ce qui facilite les comparaisons et entraîne davantage d'achats.

4. Continuation de la session et authentification automatique : Afin de réduire les abandons de panier, Patyka a mis en place un système de poursuite de session, invitant les visiteurs qui reviennent à reprendre leur visite là où ils l'ont interrompue. L'authentification automatique d'AB Tasty pré-remplit les données de connexion, ce qui garantit un processus de paiement sans friction.

Taux d'utilisation des recommandations après les avoir vues

13%

Les utilisateurs des produits récemment consultés dépensent deux fois plus que les autres.

2x

LA MISE EN ŒUVRE ET LA GESTION

AB Tasty a intégré ses solutions de manière transparente dans le site de Patyka, en parfaite adéquation avec l'esthétique de la marque. Patyka a visualisé les expériences en temps réel, ce qui a permis d'effectuer des ajustements avant le déploiement complet.

La plateforme d'AB Tasty se connecte également à des outils tels que Google Analytics et Shopify Analytics. En exploitant les données historiques des transactions et le comportement des utilisateurs en temps réel, AB Tasty affine continuellement ses algorithmes et les applique directement au backend Shopify de Patyka.

La plateforme permet à l'équipe numérique de Patyka de créer, modifier et mettre en œuvre facilement de nouvelles expériences sur le site, tout en fournissant de nombreuses données de performance pour mesurer le succès de chaque initiative.

Les avantages de la technologie sans cookie :

Patyka a adopté la solution sans cookie d'AB Tasty, qui traite les données localement dans le navigateur. Cette approche garantit la confidentialité des visiteurs, répond aux normes réglementaires et accélère la vitesse du site en éliminant les appels à des serveurs externes.

LES RÉSULTATS

La collaboration entre Patyka et AB Tasty a permis des améliorations notables :

- **UX améliorée :** 13 % des visiteurs se sont engagés dans les recommandations de produits, et les utilisateurs des « Produits récemment vus » ont dépensé deux fois plus.
- **Gain de temps :** L'automatisation a permis à l'équipe de se concentrer sur des projets stratégiques à forte valeur ajoutée.
- **Une image de marque plus forte :** L'expérience d'achat optimisée et personnalisée a renforcé la réputation de Patyka en matière de qualité et de service à la clientèle.