

Use Case / use of **CRO**

**marjanemall**

**the** marketplace

# ● Top lines - Use of CRO

Le projet marjanemall représente une réalisation exemplaire en matière de CRO, illustrant une maîtrise exceptionnelle de l'**intégration technologique** pour booster les taux de conversion. Notre stratégie se distingue par une synergie innovante entre la plateforme web, l'application mobile, le retargeting, le SEO et les réseaux sociaux, formant un **écosystème numérique cohérent et performant**.

Notre **stratégie de tracking avancée** capte avec précision les comportements des utilisateurs sur le site web et l'application mobile, permettant une **analyse détaillée** et une **segmentation utilisateur** ultra-personnalisée. Cette connaissance approfondie du parcours client a été le moteur de campagnes de retargeting d'une efficacité redoutable, touchant les utilisateurs avec des messages pertinents au moment le plus opportun.

Parallèlement, nos efforts d'**optimisation SEO** ont été soigneusement conçus pour compléter cette stratégie, attirant un **trafic de haute qualité** vers nos plateformes. En optimisant nos contenus pour un référencement optimal, nous avons réussi à capturer l'attention de notre public cible dès les premiers instants de leur recherche en ligne.

L'intégration de nos réseaux sociaux a joué un rôle crucial, non seulement en amplifiant nos messages marketing mais aussi en créant une communauté engagée et fidèle. Cette stratégie a permis d'élargir notre portée et de **renforcer la confiance et la loyauté** des clients.

Cette interconnexion étroite et stratégique entre les différentes plateformes a mené à une expérience utilisateur sans faille et hautement personnalisée, conduisant à une **augmentation significative de notre taux de conversion**. Ce projet n'est pas seulement une réussite commerciale, mais aussi une illustration parfaite de la manière dont la technologie digitale, appliquée avec intelligence et créativité, peut transformer radicalement les performances d'un e-commerce.

## ● Contexte

L'accompagnement de l'équipe marjanemall sur le cycle de conversion allant de la prospection, l'acquisition, la conversion jusqu'à la fidélisation des cibles de la marketplace marjanemall.



Pour une marketplace, l'exploitation minutieuse des données permet de ressortir des insights essentiels sur les préférences et comportements des utilisateurs, nous permettant d'affiner l'algorithme de recommandation, d'adapter nos campagnes marketing, conduisant ainsi à une augmentation notable de l'engagement client et une croissance significative de la conversion.

Gear9 met ainsi à profit **son expertise dans le domaine d'optimisation du taux de conversion** au sein du dispositif global de ce projet pour le soutien à la roadmap business 2023.

# ● Objectifs du projet

Notre projet vise à révolutionner l'**expérience d'achat en ligne** en construisant un dispositif qui ne se contente pas de répondre aux attentes des consommateurs, mais les anticipe et les dépasse grâce à la donnée au **service de la conversion**.



## Expérience client

identifier le niveau de performance des plateformes

## Connaissance client

mieux comprendre son public cible permet de développer des produits répondant à son besoin.

## Marketing personnalisé

toucher les publics de manière pertinente plutôt que des messages similaires pour tous

## Data-driven decisions

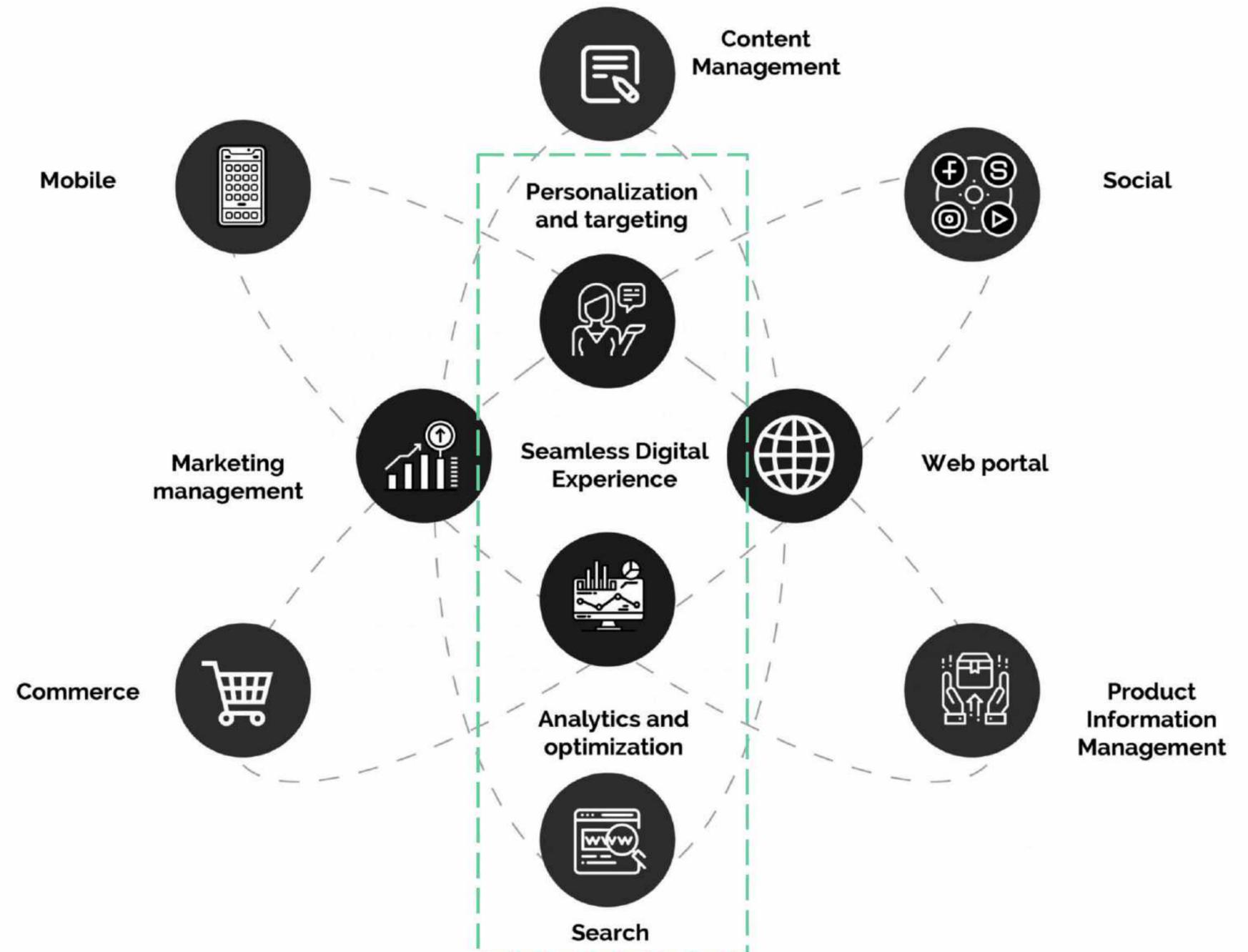
suivre l'évolution des performances au sein des plateformes et calculer son ROI

# ● Une stratégie digitale holistique et intégrée

Dans un contexte de transformation digitale, la réussite en e-commerce repose sur **une stratégie d'expérience utilisateur holistique et intégrée**. marjanemall vise à devenir un leader en ligne, offrant facilité d'utilisation, personnalisation et efficacité. Notre stratégie globale combine **le suivi comportemental des utilisateurs, une optimisation SEO efficace et une forte présence sur les réseaux sociaux**.

Le SEO augmente notre visibilité et attire un trafic organique qualifié, le social performance sur le volet réseaux sociaux tandis que le tracking nous aide à comprendre et optimiser les parcours clients.

Chaque élément, du contenu à la mobilité, du commerce au social est essentiel dans notre stratégie de marketplace. Ensemble, ils créent une expérience d'achat en ligne cohérente, répondant aux attentes du consommateur moderne en créant une connaissance client 360°.



# ● Une vision stratégique omni-canal

Les enjeux stratégiques du projet marjanemall englobent **l'optimisation SEO à grande échelle**, **l'analyse approfondie avec suivi**, le **retargeting**, les **rapports détaillés**, **l'acquisition de clients** et la nécessité d'une agilité constante pour s'adapter rapidement aux évolutions du marché.

## Optimisation SEO at scale

Une optimisation SEO à grande échelle implique l'utilisation de méthodes automatisées, cohérentes et efficaces pour appliquer les meilleures pratiques à travers l'ensemble du contenu d'un site web, garantissant une optimisation uniforme et efficace sur un grand nombre de pages.

## Analytics & Tracking

La mise en place d'un dispositif analytics et tracking en server-side pour un suivi fiable de la performance et du comportement de navigation, dotant l'équipe marjanemall d'insights au service du business.

## Retargeting

Stratégie publicitaire en ligne qui cible spécifiquement les utilisateurs ayant déjà interagi avec un site web ou une application. En utilisant des cookies pour suivre le comportement de navigation des visiteurs précédents, le retargeting permet de diffuser des annonces personnalisées à ces utilisateurs lorsqu'ils naviguent sur d'autres sites.

## Reporting & Dashboards

Création et la présentation de rapports détaillés qui récapitulent des informations clés, souvent sous forme de documents ou de présentations, afin de faciliter la prise de décision informée.

## Acquisition

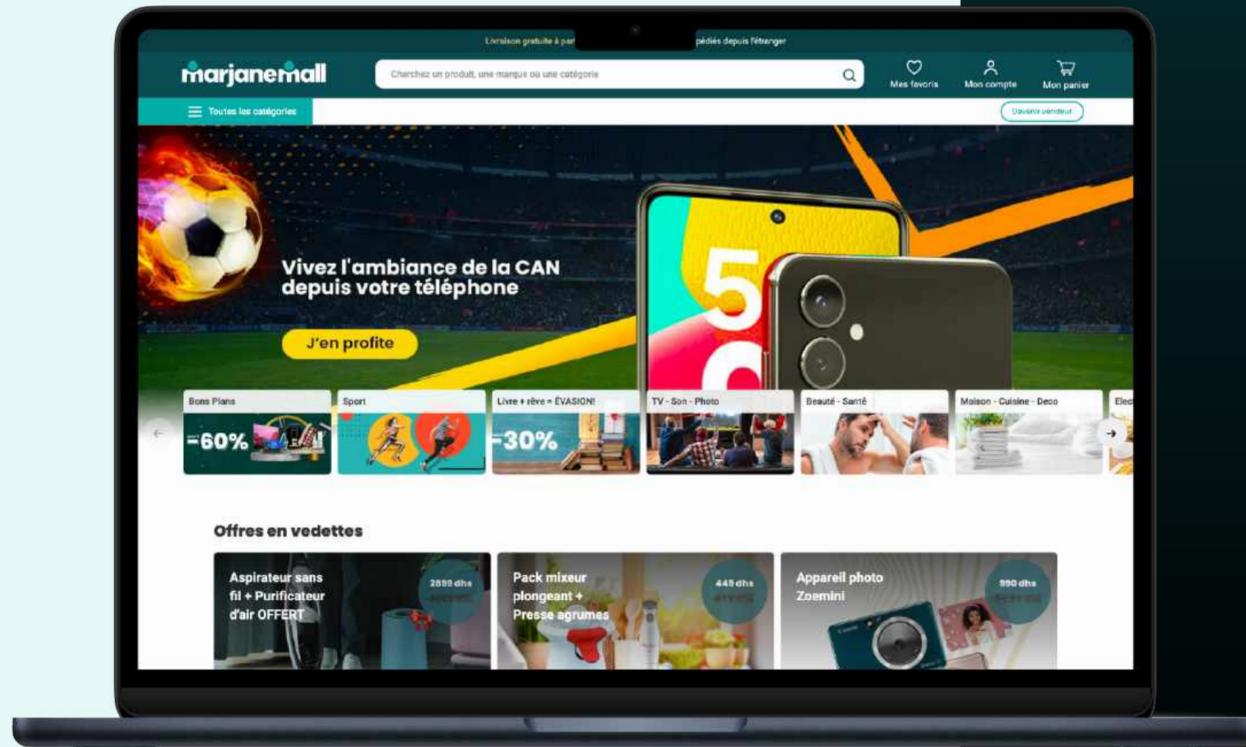
Une stratégie d'acquisition permettant de capter des prospects dans l'objectif de les convertir en clients et ce, afin de guider les visiteurs au sein du funnel de conversion permettant à marjanemall d'augmenter son taux d'acquisition et conversion.

## Agilité

Le projet d'accompagnement CRO, au regard de ses ambitions et de sa maturité, nécessite d'être porté par une gestion centrée sur le produit et surtout la valeur ajoutée sur l'expérience client. Nous estimons qu'une approche agile est essentielle pour la réussite du projet.

# ● Socle d'expertise pour le projet

Dans le cadre de ce projet, nous avons accordé une importance particulière aux aspects liés à l'expérience utilisateur. Ainsi dans un objectif d'accompagnement adapté, nous avons associé les différents objectifs exprimés à des démarches spécifiques pouvant les adresser de l'acquisition de trafic organic, payant au suivi de leur comportement sur la plateforme web et mobile.



## Référencement SEO

Une bonne stratégie de référencement saura donner une meilleure visibilité à la marketplace marjanemall afin d'atteindre facilement sa cible.



## Analytics et Tracking

La mise en place d'un dispositif analytics et tracking en server-side pour un suivi fiable de la performance et du comportement de navigation, dotant l'équipe marjanemall d'insights au service du business.



## Social Performance

En combinant les aspects sociaux avec les fonctionnalités d'une marketplace, le Social Catalogue crée une expérience d'achat en ligne personnalisée, facilite la découverte de nouveaux produits et vendeurs interfacé avec le progiciel ecommerce marjanemall.

# ● Qualité d'accompagnement & d'exécution

Dans le cadre de ce projet, nous avons accordé une importance particulière aux aspects liés à l'expérience utilisateur.

Ainsi dans un objectif d'accompagnement adapté, nous avons associé **les différents objectifs exprimés à des démarches spécifiques** pouvant les adresser.



## Optimisation SEO at scale

- Audit technique et éditorial
- Optimisations techniques
- Optimisations éditoriales
- Acquisition de backlinks
- Dashboard de suivi SEO



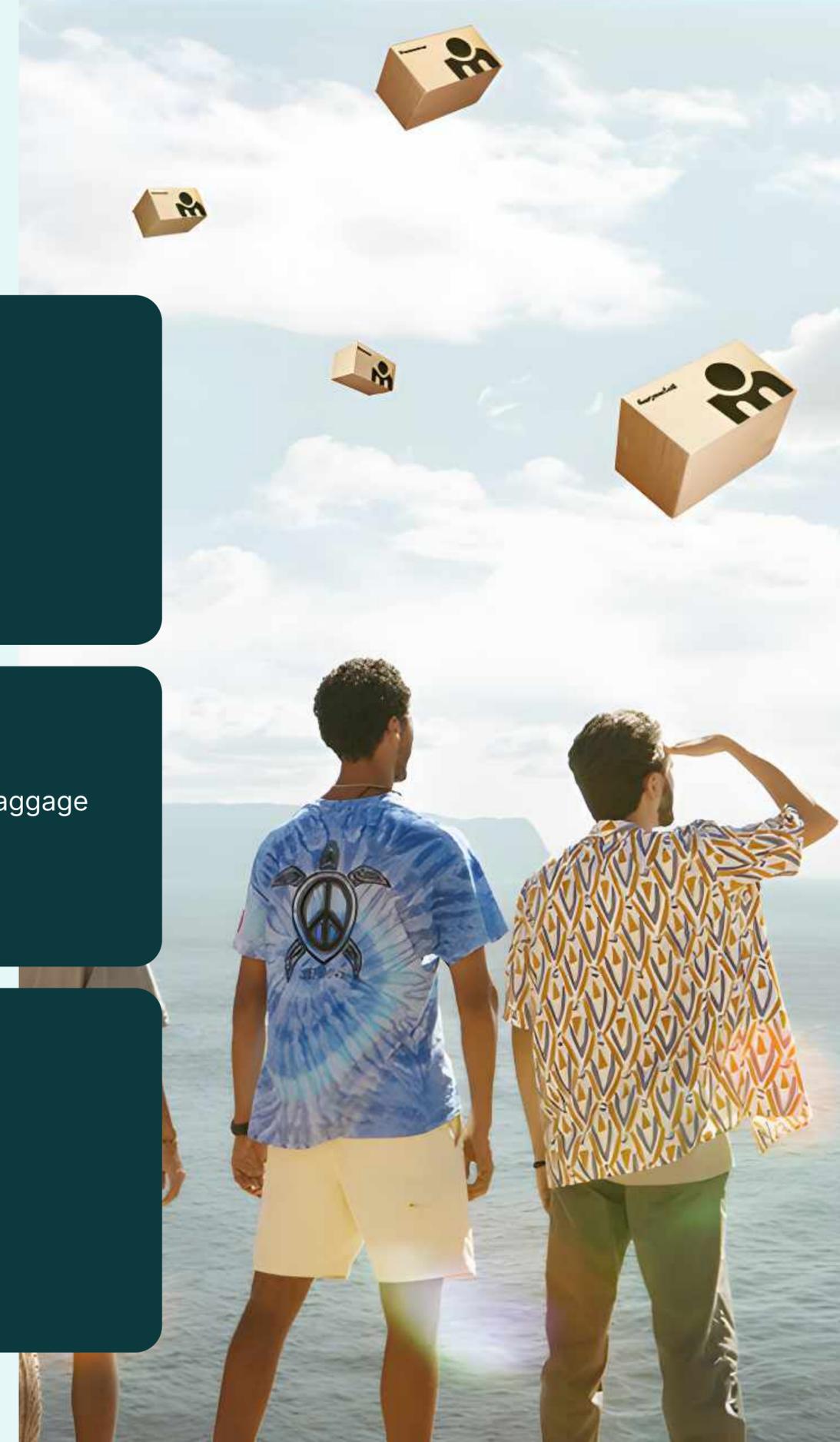
## Analytics & tracking

- Audit d'implémentation du plan de taggage
- Stratégie de retargeting
- Plan de taggage industrialisé
- Dashboard de suivi de funnel



## Reporting & Dashboards

- Dashboard de suivi
- Reporting de trafic
- Reporting du funnel de conversion
- Reporting du Social Catalogue
- Reporting de suivi SEO
- Reporting d'attribution omni-canal



# ● Approche innovante dans l'agilité

La nature du projet ainsi que la typologie des parties prenantes nous imposent une approche différente en termes de gestion du projet. Le focus doit être porté sur le produit et non sur le projet. Cela implique des livraisons itératifs avec des daily meetings permettant d'avancer au mieux sur la bonne exécution du projet.



## Mode projet

- Suivi du plan projet
- Décisions anticipées
- Planification complète en amont
- Pas de place pour le changement

Adoption de l'agile



## Mode produit

- Feedback et adaptation
- Co-construction
- Prise de décision rapides
- Planification itérative
- Vision progressive

# ● Une attention particulière au contenu

## Contenu SEO friendly

Les **plateforme e-commerces** n'échappent pas à la nécessité de l'optimisation search engine pour drainer de l'audience organique vers leur plateformes et améliorer leurs taux de conversions.

Si le référencement est déjà bien ancré dans les moteurs pour les sites traditionnels et/ou e-commerce standards, il l'est moins pour les **plateforme e-commerces** et surtout une **marketplace**, dans la mesure où il exige une approche différente et complexe, prenant en compte le **volume de contenus** proposés par ce type de plateforme, mais aussi l'importance du positionnement du site sur des requêtes essentielles liées à des catégories ou à des produits très demandés.

Notre approche SEO tient compte de ces enjeux et s'articule autour de quatre leviers majeurs, constituant notre funnel SEO.



01. optimisations techniques

02. optimisations éditoriales

03. acquisition de backlinks

04. audit, ranking et performance

# ● L'innovation dans la collecte de données, en respect des données personnelles

L'évolution de la protection de la vie privée a considérablement **réduit** l'**efficacité des cookies tiers** sur les outils Analytics, impactant directement la collecte des données analytiques.

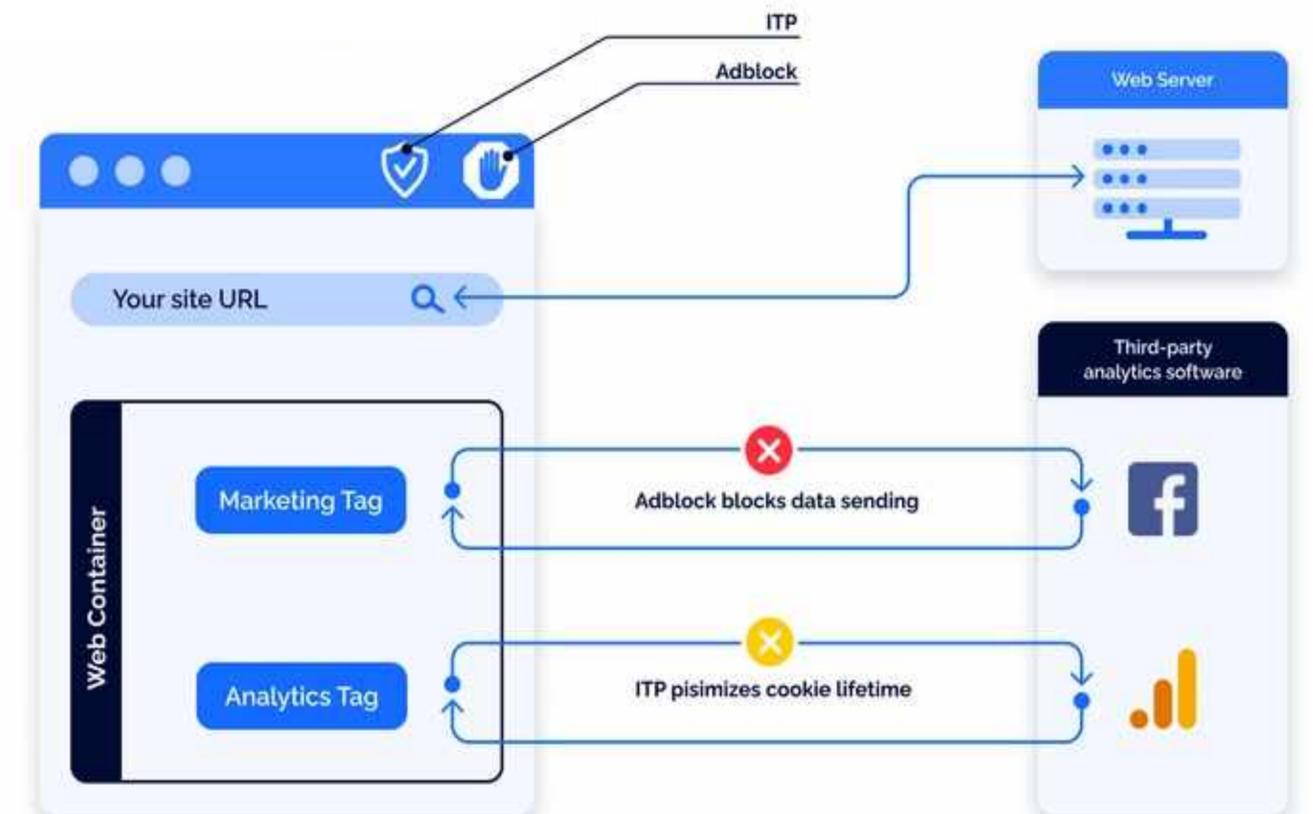
Face à cela, notre marketplace marjanemall a innové avec une **solution de tracking côté serveur** (server-side tracking), garantissant une collecte de données fiable et conforme à la réglementation.

Contrairement aux méthodes traditionnelles qui capturent seulement 60-70% des activités, notre approche server-side nous permet d'analyser l'intégralité du **comportement de navigation** de nos utilisateurs.

Cette innovation nous offre une vision complète et précise, cruciale pour **optimiser l'expérience utilisateur** et **booster les conversions**.

De plus, cette technique s'étend à notre **présence sociale**, permettant un suivi cohérent sur toutes les plateformes. Une **stratégie publicitaire affinée** interfaçant en server-side les réseaux sociaux avec la plateforme e-commerce a permis de créer un **Social Catalogue natif**.

marjanemall se distingue ainsi par une **analyse de données avancée**, riche, fiable, respectueuse de la vie privée et à l'**avant-garde de la technologie** digitale **au service de la conversion**.

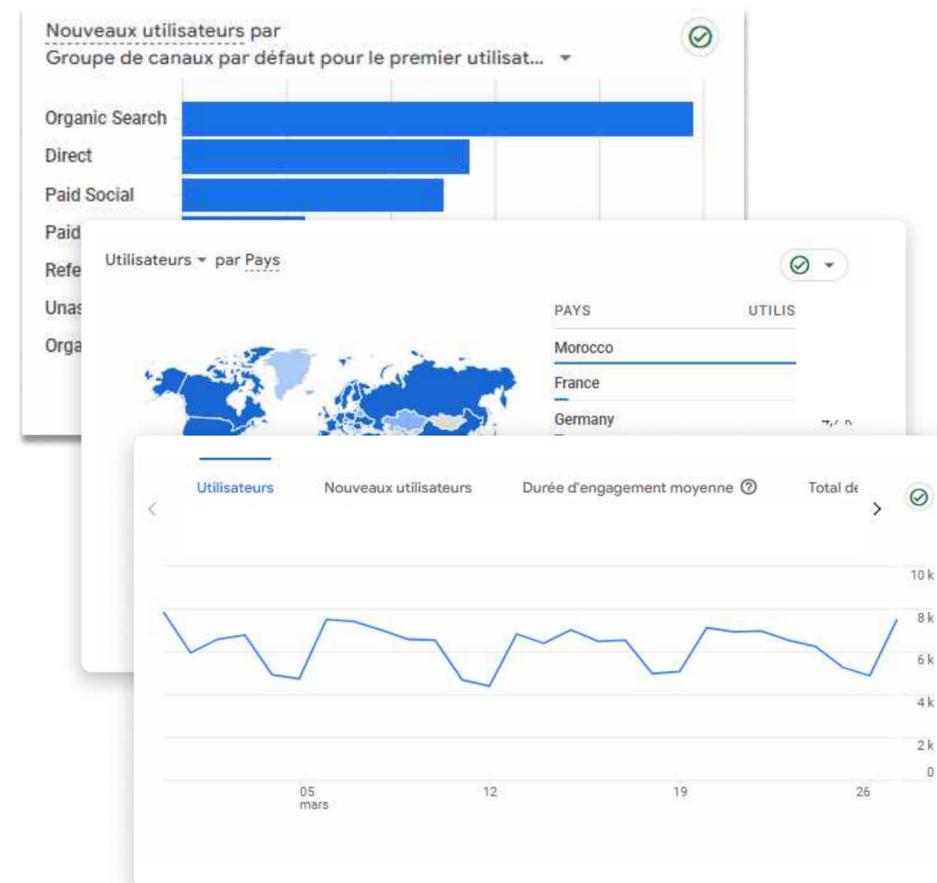
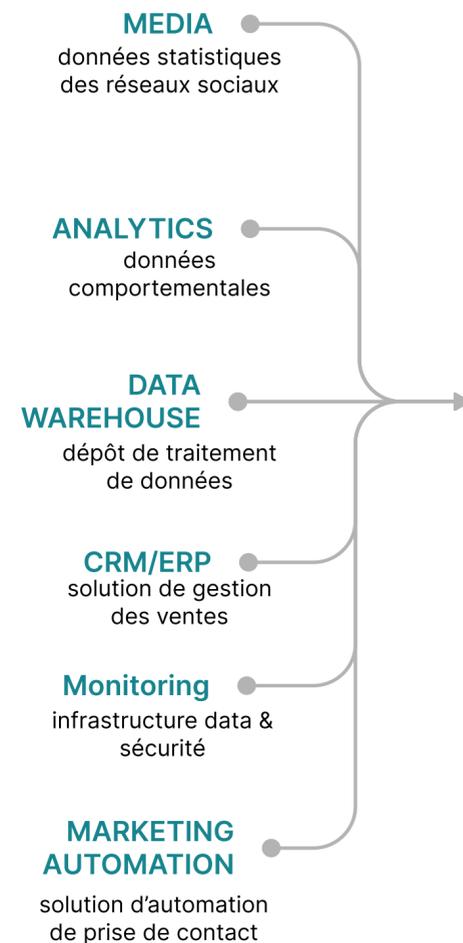
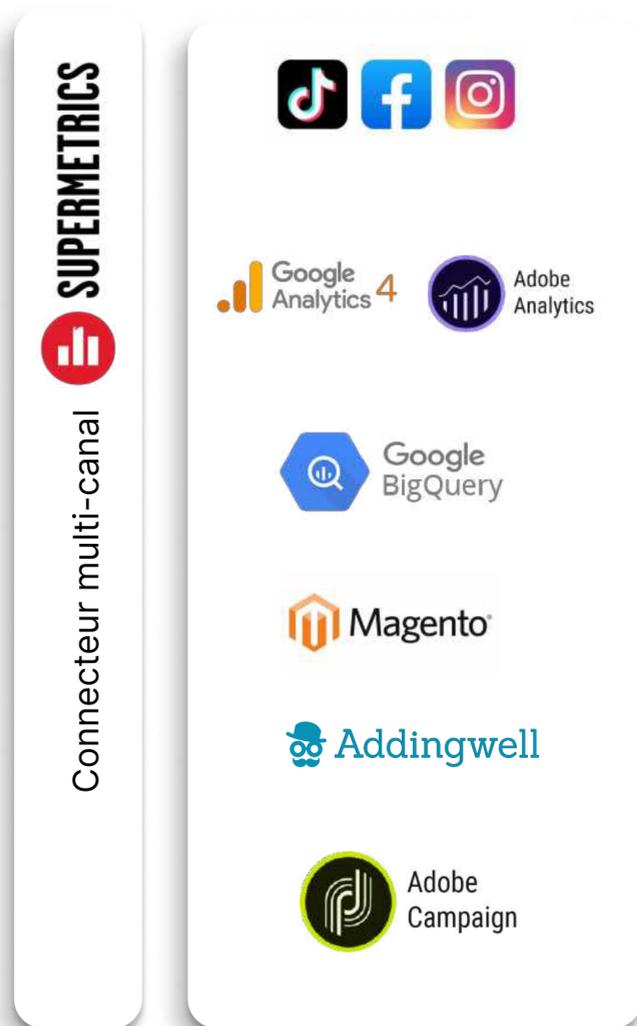


# ● Une approche intégrée d'analyse de données

Notre focus sur la data et son utilisation se présente sous la forme de **reporting** et **monitoring** mais également de user feedback et testing. Observer le comportement des utilisateurs et acter accordement est une puissante manifestation de la Customer Experience et son impact sur la satisfaction et la loyauté de nos clients.

## Tracking intégré

omni-canal : web, social et CRM



Analyse de résultats navigation et funnel e-commerce

- 👤 Tendances & modèles d'analyse
- 👤 Comportement des utilisateurs
- 👤 Compréhension de l'audience
- 👤 Métriques de performance
- 👤+ Taux de conversion
- 👤 RGPD / Protection data

# Un suivi minutieux du funnel de conversion

Notre focus sur la data et son utilisation se présente sous la forme de reporting et monitoring mais également de user feedback et testing. Analyser le comportement des utilisateurs et acter accordement est **une puissante manifestation de la Customer Experience et son impact sur la conversion, la satisfaction et ainsi la loyauté de nos clients.**

## Notoriété

Récolte des **sources de trafic** tel que le direct, la recherche organique, payante, les réseaux sociaux ou d'autres plateforme référentes.

- Source d'acquisition

## Considération

Récolte des **données de trafic** autour du nombre d'utilisateurs, leur engagement sur la plateforme et durée de sessions.

- Nombre de visites
- Pages vues
- Durée de visite
- Taux de rebond

## Conversion

Récolte des **données de comportement de navigation** sur les parcours business ayant pour vocation la souscription aux services.

- Funnel de conversion
  - Intérêt
  - Actions
  - Abandon
- ROI publicitaire

## Fidélisation

Récolte des **données relatives à la satisfaction** et feedback des utilisateurs sur les formulaires de satisfaction et de contact

- Taux de rétention

Implémentation d'un plan de taggage avec une collecte de données en server-side



Outils d'analyse et reporting



Google Analytics



Firebase



Looker

Outils de conteneurisation



Google Tag Manager

Outils d'Infra & monitoring



Addingwell

# ● Un suivi en temps réel de l'activité business de bout en bout

Le reporting est une phase primordiale qui vise à évaluer l'adéquation du produit pour mieux le gérer, en identifiant les patterns des utilisateurs et en ressortir des insights actionnables. Cette analyse nous permet d'avoir une vue d'ensemble afin de renforcer le processus de prise de décision et l'amélioration de l'expérience totale grâce à la mise en place d'un ensemble de dashboards personnalisés selon l'avancement dans le funnel de conversion.

Notoriété



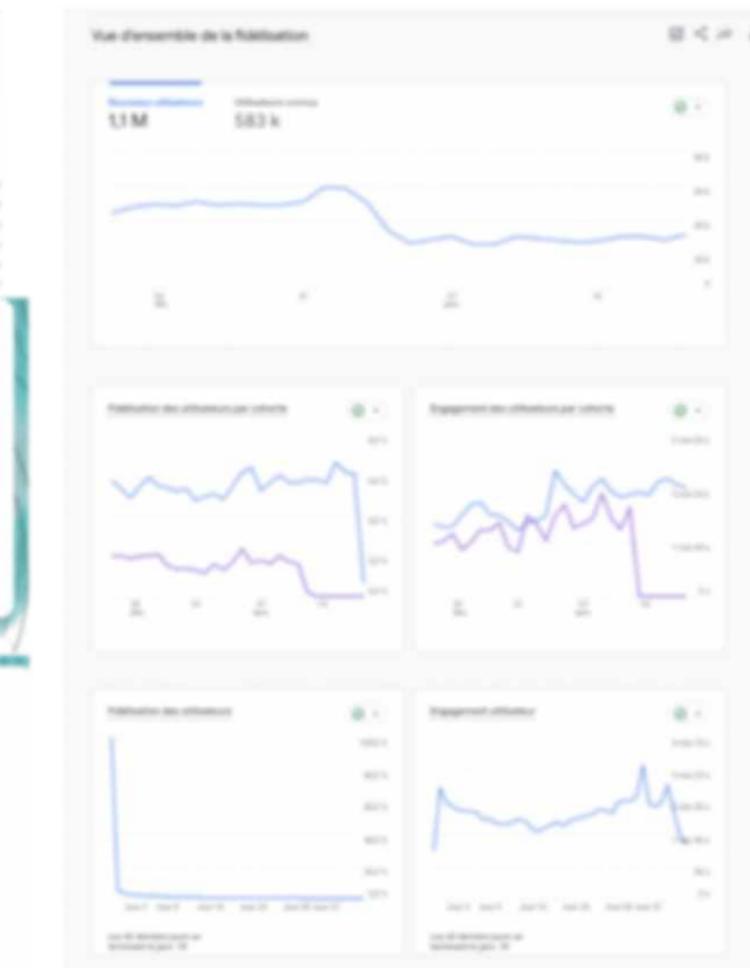
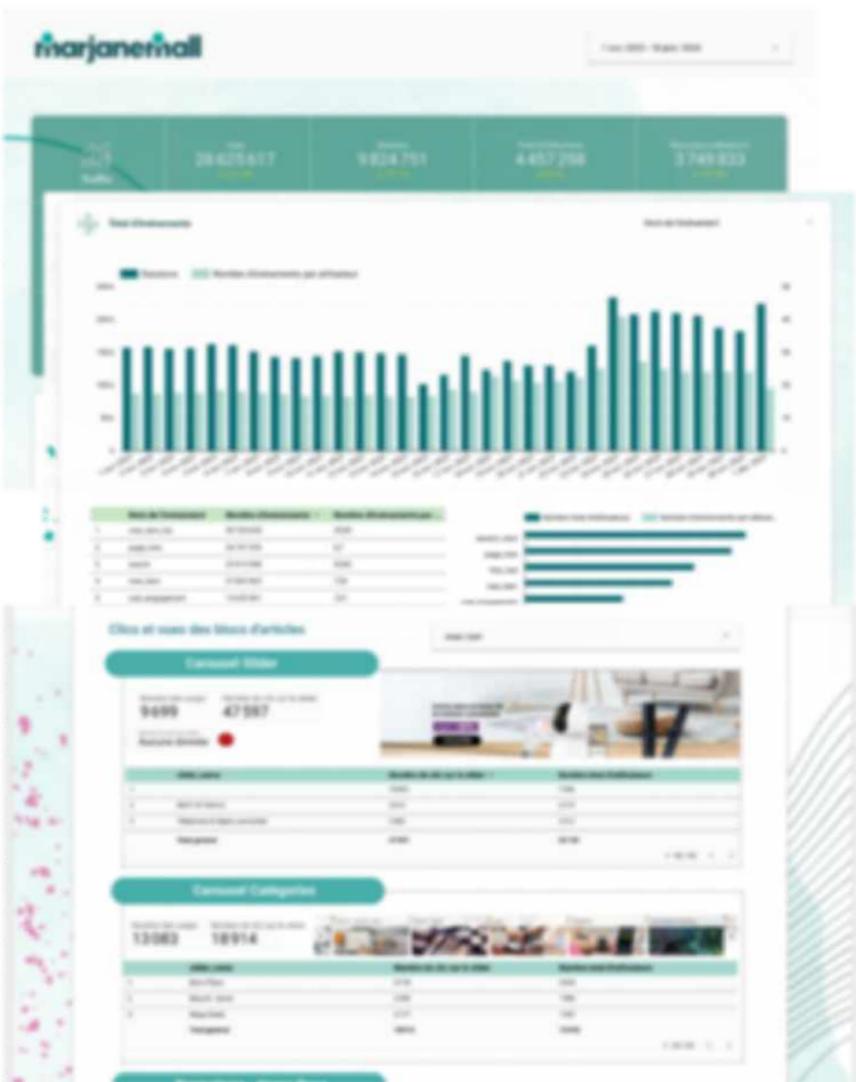
Considération



Conversion



Fidélisation

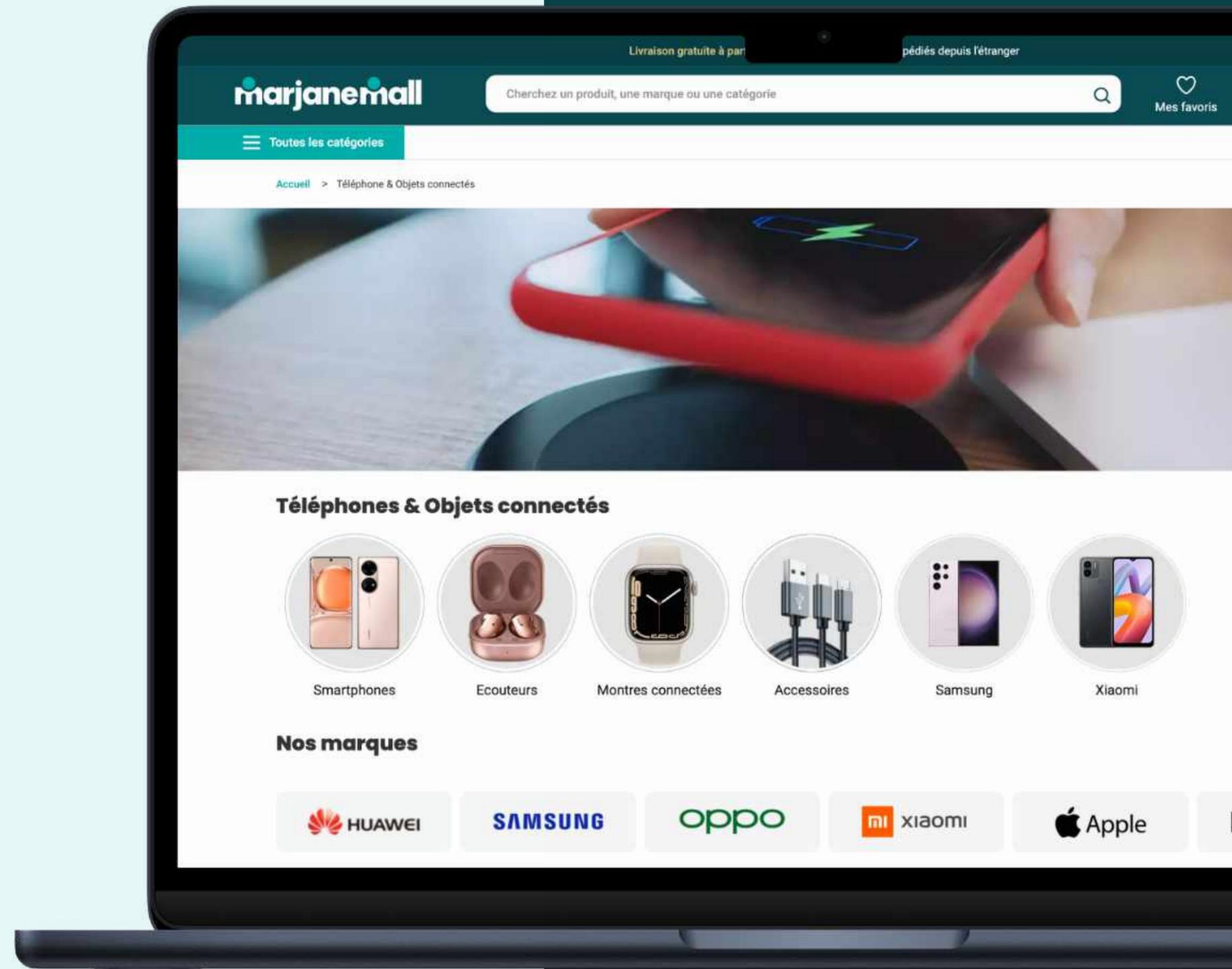


# ● Des résultats de performance à la hauteur des attentes

Un aperçu des performances clés notés grâce à l'approche **Conversion Rate Optimization** permettant d'atteindre un excellent taux de conversion (Novembre/Décembre 2023).

-  **4,1M** d'utilisateurs
-  **68M** de conversions
-  **83%** de taux d'engagement
-  **9,2M** de sessions
-  **87M** d'évènements

Le monitoring a permis une amélioration de **+109%** du taux de conversion par rapport à la période avant mise en place du tracking.



**Elevate your  
CRO game**



## **Merci pour votre attention.**

Nous mettons un point d'honneur à pousser notre réflexion d'optimisation des performances de nos expériences digitales, en focalisant notre attention sur **des expressions de besoin réel** et la **définition de solutions pertinentes et adaptées.**