

Découvrez comment Wonderbox a optimisé son parcours utilisateurs grâce à AB Tasty



"AB Tasty a appréhendé avec agilité les enjeux de notre marché et nos spécificités, et nous apporte des solutions adaptées et simples à intégrer, qui dopent les revenus de nos sites."

CHALLENGE

Lorsque les équipes digitales de Wonderbox font appel à AB Tasty, elles cherchent à répondre à deux enjeux :

- Optimiser le ciblage de ses campagnes de promotions en ligne pour améliorer leur rentabilité
- Simplifier le parcours d'achat afin d'augmenter les conversions



Emile Doumenc
Directeur digital & E-commerce de Wonderbox



SOLUTIONS

1. Pop-ups ciblées

Pour améliorer l'efficacité de ses campagnes de couponing, le site met en place les pop-ups ciblées d'AB Tasty.

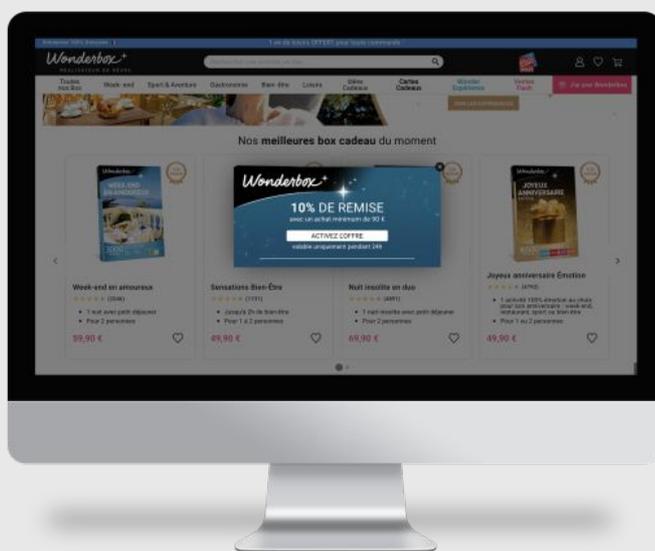
Plutôt que d'afficher une remise à 100% de l'audience, elle permet de ne cibler que les utilisateurs indécis. Chaque euro investi est donc destiné à convertir un visiteur qui n'aurait pas acheté sans réduction de prix.

L'algorithme analyse en temps réel les comportements des visiteurs qui naviguent sur le site de Wonderbox. En fonction de leurs actions (nombres de pages vues, temps passé sur le site, mouvements de la souris), les visiteurs qui semblent être sur le point de quitter le site sans avoir converti sont détectés.

Pour transformer ces visiteurs indécis en clients, une pop-up se déclenche et offre une remise de 10% à valoir sur tous les coffrets du site. La remise est automatiquement intégrée dans le panier.

Comme toutes les solutions AB Tasty, la pop-up présente l'avantage d'être installée en quelques clics seulement.

Le site Wonderbox a pu paramétrer précisément les modalités du bon de réduction : sa valeur, sa durée de validité, le format du pop-up et son design.



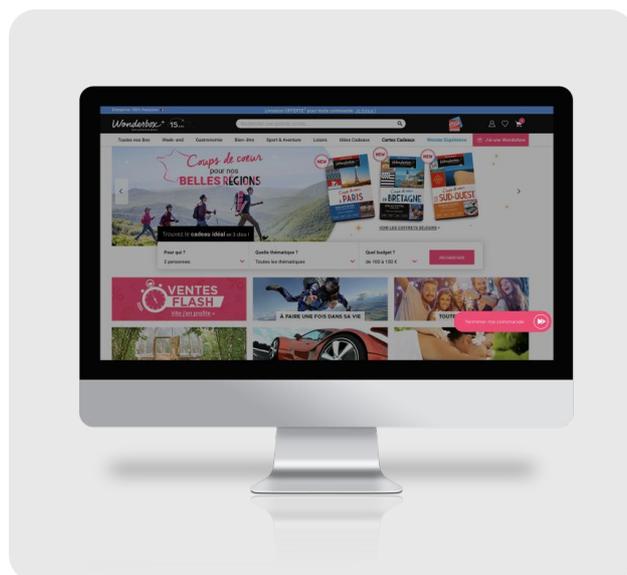
2. Reprise de parcours et paniers abandonnés

Pour simplifier le parcours d'achat et augmenter les conversions, Wonderbox met en place la solution de reprise de parcours.

En effet, le site propose un large éventail de coffrets aux caractéristiques diverses qui demandent d'être étudiées avec soin. Pour le visiteur, la navigation sur le site peut donc être longue et nécessiter plusieurs sessions de recherches avant de faire son choix.

Wonderbox décide de mettre en place une solution de reprise de parcours à destination des returning visitors pour faciliter leur navigation sur le site. Chaque visiteur ayant entamé une recherche de coffret lors d'une précédente visite se voit proposer de reprendre sa recherche là où il l'avait arrêtée la dernière fois.

Quel que soit l'endroit où il se trouvait sur le site (page catégorie, page produit, page checkout), le call-to-action ramène le visiteur le plus près possible de la conversion.



RÉSULTATS

Croissance du taux de conversion

Les conversions ont augmenté de **+9%**.

Augmentation du panier moyen

Le panier moyen a augmenté de **+2%**.

À propos de Wonderbox

Wonderbox est le leader européen des coffrets cadeaux et le spécialiste dans la vente d'activités de loisirs sur internet.

Avec près de 450 collaborateurs, et un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros, les coffrets Wonderbox sont distribués en France, Espagne, Italie, Belgique, Suisse, Pays-Bas, Portugal, Danemark, Suède, Norvège et USA.

