



## LE CONTEXTE

- 1882 Une marque française historique.
- Centre de développement produit basé en Champagne-Ardennes.
- Plus de 600 points de vente partout dans le monde.
- 6 Site e-commerce disponible dans 6 pays.

## LE DÉFI

“ Nous souhaitons augmenter le taux de conversion de notre site tout en valorisant notre image de marque. Nous ne souhaitons pas mettre en place de développements spécifiques car l'objectif est de déployer des tests le plus rapidement possible.”

**CEDRIC BERTIN - LE COQ SPORTIF**  
E-commerce & digital Project Manager

## LA RECO

- Offrir une navigation plus simple et adaptée aux devices mobiles.
- Mettre en place des quick-wins permettant de mieux percevoir les éléments les plus importants de l'interface et fluidifier l'expérience utilisateur.
- Recentrer le produit au coeur des interfaces pour mieux le valoriser.

## LA RÉALISATION

- 3 tests lancés sur une période de 4 mois.
- 5 versions testées pour déterminer la meilleure combinaison d'optimisations.
- Périmètre d'optimisation : template, page liste et fiche produit.

## LES RÉSULTATS



### DEVICES MOBILES :

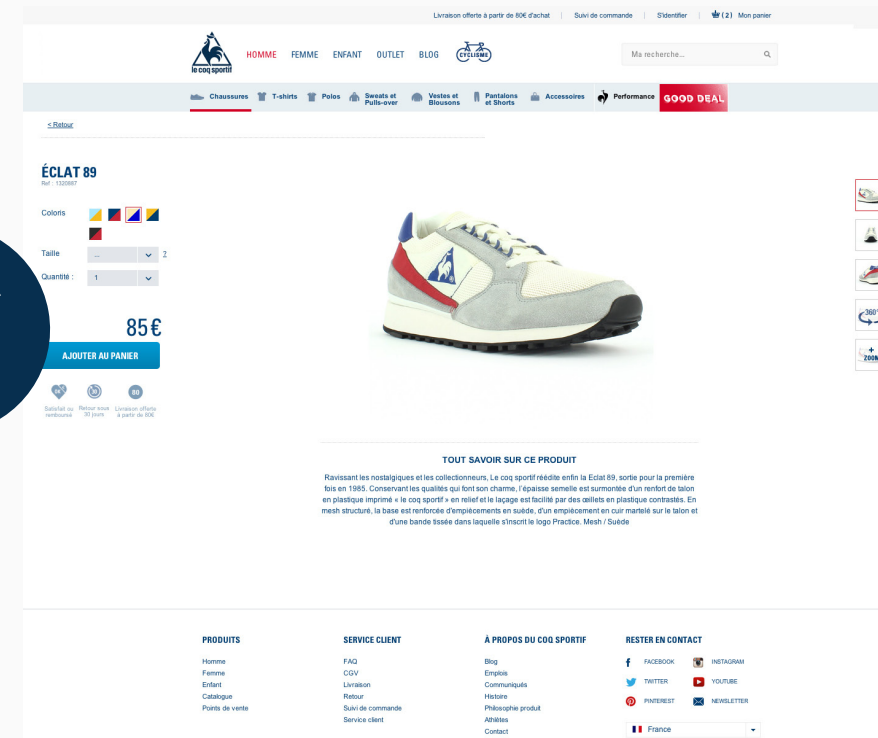
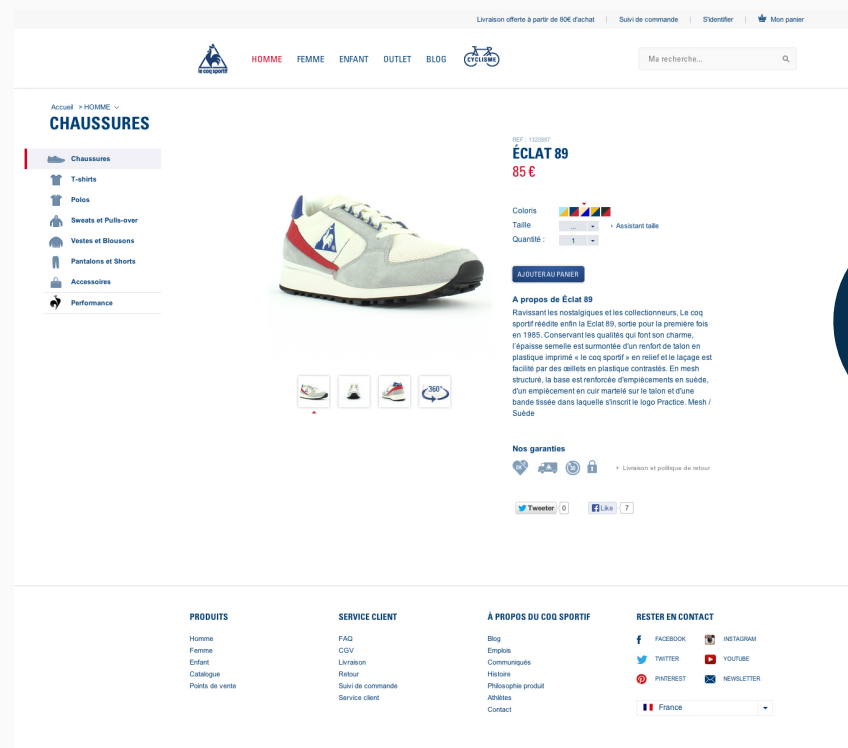
La simplification de la navigation et la suppression du système de layer peu adapté aux devices mobiles permettent d'améliorer fortement le taux de conversion (+130% dans ce cas).

### FOCUS PRODUIT

Recentrer le produit au coeur de la fiche produit et avant tout autre contenu permet de favoriser la perception de l'article et de simplifier le parcours utilisateur.

### LIGNE DE FLOTTAISON

L'utilisation de s têtes est ici peu adaptée et repousse les produits trop en dessous de la ligne de flottaison. Ces blocs ont un impact particulièrement négatif sur les devices mobiles.



VERSION ORIGINALE

VERSION GAGNANTE