



CASE STUDY

MATHON

18% des ventes influencées par les recommandations Sensefuel.

 Sensefuel



mathon.fr
L'INVITATION À CUISINER

Segment de marché

Produits spécialisés

L'entreprise

Depuis plus de 30 ans, Mathon accompagne les passionnés de cuisine, particuliers comme professionnels, avec une sélection experte d'ustensiles, équipements et petits électroménagers. Initialement spécialiste de la vente par correspondance, la marque s'est imposée dans l'e-commerce avant de devenir une marketplace majeure.

Aujourd'hui, elle propose plus de 40 000 références, issues de plus de 100 grandes marques et de sa propre gamme. En ligne, Mathon cultive une double promesse : qualité des équipements et expérience d'achat premium.

Le projet

Dès leur première rencontre en mars 2023 lors d'un salon professionnel, la Direction Générale et la Direction IT de Mathon identifient Sensefuel comme un acteur prometteur. Malgré un projet majeur de migration technique (Magento vers Mirakl/Shopify) qui mobilise toutes leurs ressources, Mathon ne perd pas de vue Sensefuel.

C'est lorsque Target to Sell annonce la fin de son activité que le sujet de la recommandation devient une priorité stratégique pour Mathon qui se tourne vers Sensefuel pour s'appuyer sur un moteur de recommandation fiable, souple et pérenne.

Facteurs clés

100

grandes marques
disponibles sur la
marketplace Mathon.

+ 40 000

produits proposés.

20%

du CA généré par
la recherche interne.

18%

des ventes influencées
par les recommandations
Sensefuel.

+10%

de panier moyen sur
les ventes issues des
recommandations.

Une console de pilotage pour le search et la recommandation

Mathon déploie la recommandation directement sur son site, sans phase de test, preuve de la confiance portée à Sensefuel.

La souplesse de l'IA, capable de combiner automatisation et gestion manuelle, séduit particulièrement les équipes métier. Elle leur offre la liberté de gérer certaines exceptions et d'affiner les règles. Pour garantir une qualité optimale des flux, Mathon s'appuie sur un middleware conçu par l'agence Colorz. Cette brique apporte de l'agilité et permet d'extraire les flux nécessaires à une expérience gagnante.

Fort de ces premiers succès, Mathon,

décide d'étendre la collaboration à son search interne, avec l'objectif de remplacer un acteur historique du marché qui ne répondait plus pleinement à ses attentes métier.

Des performances qui confortent la stratégie de Mathon

Grâce à la solution Sensefuel, la recherche et la recommandation s'adaptent en temps réel aux parcours d'achat, à l'historique et au panier des clients.

Ces leviers puissants impactent directement la performance e-commerce de Mathon : la recherche contribue aujourd'hui à 20 % du chiffre d'affaires, tandis que 18 % des ventes sont influencées par les recommandations, avec un panier moyen supérieur de 10 %.



Sensefuel équipe les marques et enseignes d'une plateforme de recherche e-commerce et de découverte de produits exploitant toute la puissance des nouvelles générations d'IA. Sensefuel crée des expériences d'achat captivantes, adaptées aux sensibilités et contextes de chaque visiteur pour stimuler conversion et fidélité.