



CASE STUDY

BRICOMAN

104% d'augmentation du taux de conversion
de la recherche sur mobile en un an*

 **Sensefuel**

BRICOMAN

SEGMENT DU MARCHAND

Bricolage, maison et jardin

42%

Augmentation du nombre de recherches par visite en un an

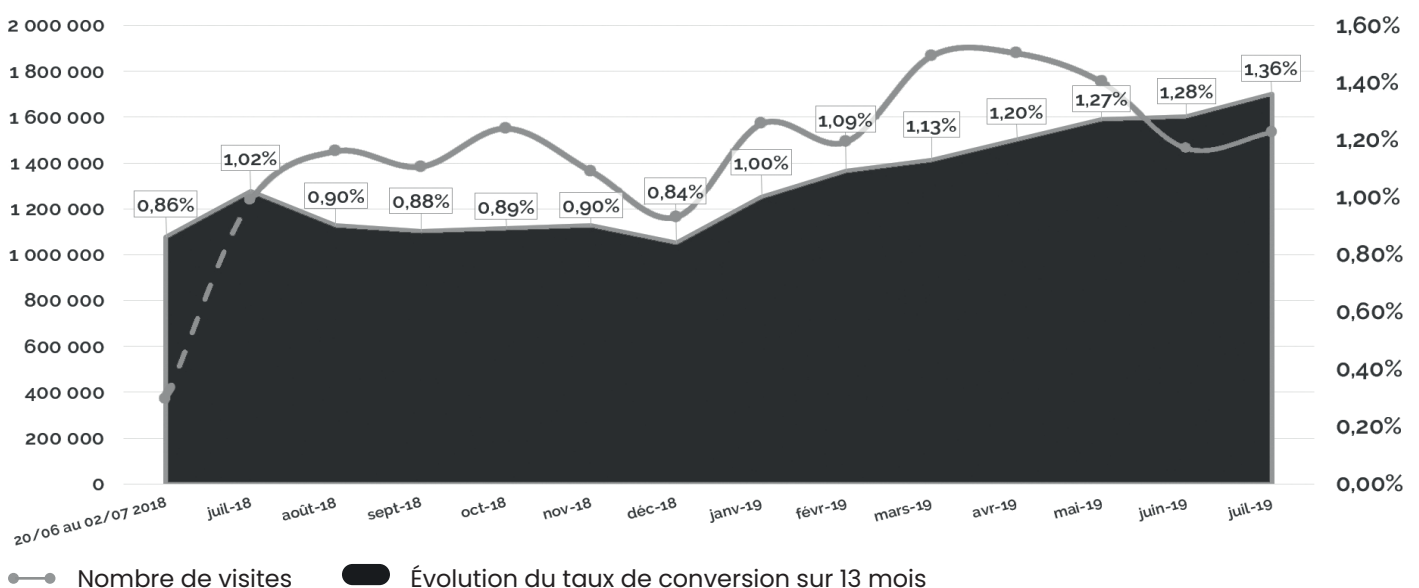
LE PROJET

Bricoman constatait que les visiteurs de son site marchand passaient quasiment systématiquement par le moteur de recherche. L'un de ses plus gros enjeux était donc de mettre l'accent en priorité sur le moteur de recherche afin d'optimiser l'écosystème digital de ses artisans.

Les challenges de ce projet consistaient à amener de l'efficacité et de la fluidité dans l'expérience utilisateur ainsi qu'une rapidité d'accès aux produits. Car en effet, les artisans qui visitent le site ont des attentes précises concernant des produits spécifiques vendus par l'enseigne.

Les résultats ont été concluants. Bricoman a observé rapidement les bénéfices, avec une hausse de 21% du taux de conversion du moteur de recherche constatée durant l'A/B test.

Évolution du taux de conversion de la recherche*



*Conversion de la recherche : Visites avec recherche(s) suivies d'une validation de panier / Visites avec recherche(s).

Bricoman a donc obtenu un ROI beaucoup plus avantageux qu'avec son ancien moteur de recherche qui demandait de nombreuses manipulations au quotidien (mises à jour, développements, etc.). La performance commerciale est désormais au rendez-vous !

« L'avantage de Sensefuel, c'est qu'il permet, via son algorithme et son Machine Learning d'aller directement au but. Et, grâce à l'apprentissage qu'il a de l'ensemble de nos artisans qui parcourent notre site web, nous proposons le bon produit au bon moment. »

Julien Moreno, Leader Digital de Bricoman France

La notion de Time to Market était évidemment pour Bricoman un facteur stratégique majeur, l'enseigne avait la volonté d'agir rapidement. Le but : créer du lien entre l'artisan et l'enseigne dans un système omnicanal, et véhiculer l'image d'une enseigne à la pointe de l'innovation, faisant preuve d'efficacité en matière de digitalisation de la vente. Les caractéristiques de la solution à pouvoir être implémentée par tag répondaient parfaitement à cet enjeu.

Côté data, l'enseigne récolte beaucoup plus d'informations qu'auparavant, ce qui lui permet par exemple d'échanger plus rapidement avec les chefs de produits en leur apportant des informations relatives à la saisonnalité ou aux performances des produits.

A présent, Bricoman souhaite fournir plus de data au moteur de recherche afin d'aller encore plus loin dans la personnalisation du parcours client et dans la relation one2one.

Suite à ces résultats positifs, de nouveaux projets sont en cours. En effet, Bricoman souhaite faire bénéficier ses artisans d'une application mobile et prévoit également le déploiement du moteur de recherche à l'international.

RÉSULTATS

92%

Augmentation du taux de conversion de la recherche

X4

Rapport entre le taux de conversion de la recherche vs. celui de la navigation

32%

Augmentation du taux d'usage de la recherche



Sensefuel équipe les marques et enseignes d'une plateforme de recherche e-commerce et de découverte produits fondée sur une puissante technologie de Deep Learning. Sensefuel crée des expériences d'achat captivantes, adaptées aux sensibilités et contextes de chaque visiteur, pour convertir les recherches en ventes.