

Oxybul choisit l'approche unique de Maxymiser pour optimiser son site de ventes en ligne et développer son taux de conversion

Pour optimiser ses ventes en ligne, il devient aujourd'hui indispensable de tester ses pages web pour délivrer la meilleure réponse à ses clients et améliorer son taux de conversion. Partant de ce constat, Oxybul s'apprête à lancer une stratégie d'optimisation basée sur une campagne d'A/B et multivariables testing en s'appuyant sur le savoir faire de Maxymiser.

Créée dans les années 90, Oxybul éveil et jeux, est une société spécialisée dans la vente de jeux d'éveil et de loisirs pour les plus jeunes. L'enseigne s'appuie sur un réseau de 40 boutiques réparties sur l'ensemble du territoire et d'un site interne www.oxybul.com.

Oxybul éveil et jeux commercialise des jeux, des jouets, des livres, des produits multimédia, des produits de puériculture et de décoration pour enfants. Avec un positionnement fort - des jeux qui font grandir pour les 0-12 ans - la marque Oxybul éveil et jeux est une enseigne de ID Group (Okaidi, Obaibi, Jacadi) depuis 2011. Elle s'est rapidement imposée pour devenir le 1^{er} site en France de vente de jeux et de jouets avec 1,5 million de visiteurs uniques en moyenne par mois, 2600 références de jeux et jouets, 2400 références de livres et de multimédia, 1 000 références de mobilier et de puériculture et une moyenne de 2 500 colis envoyés/jour (20 000/jour pendant la période de Noël).

Pour optimiser l'ergonomie de son site et améliorer son taux de conversion, l'entreprise décide de se doter d'une solution de testing, d'optimisation et de personnalisation en mai 2014. Elle lance un appel d'offres et fait le tour des solutions disponibles sur le marché. Quatre prestataires sont sélectionnés et consultés, rapidement Maxymiser se détache de ses concurrents. Oxybul alors fait le choix de s'appuyer sur sa plate-forme et sur le savoir-faire de ses équipes.

« Nous avons été séduits par l'approche Maxymiser qui nous a proposé un accompagnement sur un premier trimestre. Nous allons mettre en place une série de campagnes à variables multiples sur 3 projets distincts avec un accompagnement technique associé à une prestation de conseil. Maxymiser a été très réactif pour mettre en place ces tests avant la campagne de Noël » commente Sophie VANIER, directeur marketing et e-commerce chez Oxybul.

« Autre atout et non des moindres, toutes les modifications faites sur notre site de ventes en ligne dans le cadre des tests sont totalement transparentes pour l'internaute et les premiers retours de nos équipes techniques sont très positifs. Et si nous avons fait le choix de nous appuyer sur un spécialiste, c'est pour être certain que toutes les modifications que nous ferons dans le futur soient pertinentes plutôt que de procéder à des développements longs et coûteux dont les résultats sont aléatoires » ajoute Sophie Vannier.

En s'appuyant sur le savoir-faire de Maxymiser, l'objectif pour Oxybul éveil et jeux, est de fluidifier l'ergonomie du site et d'augmenter son taux de conversion de manière significative pour améliorer son chiffre d'affaires. *« Nous fondons beaucoup d'espoirs sur ces campagnes de tests car elles nous permettront d'optimiser nos pages pour la période de Noël qui est essentielle pour notre activité et représente près de 50% de chiffre d'affaires annuel. Les premiers tests réalisés en septembre sur la page « panier » ont démontré la pertinence de telles campagnes. Ils ont amélioré significativement le taux de conversion et nous envisageons de nous faire accompagner sur le long terme par Maxymiser »* conclut Sophie VANIER.

A propos de Maxymiser :

Fondée en 2006, Maxymiser aide les grandes enseignes à transformer chacune de leur interaction digitale en une expérience client homogène, pertinente et engageante grâce à la mise en place de ses solutions de testing et d'optimisation multicanal en mode cloud. Connue pour servir des milliards d'expériences individuelles et la réalisation de

10 milliards de tests mensuels pour le compte de clients internationaux, Maxymiser valorise les données clients pour radicalement stimuler l'engagement et les ventes, et augmenter, sur le long terme, la valeur de l'entreprise. L'originalité de Maxymiser réside dans l'association d'une solution logicielle d'optimisation de l'expérience client et d'un accompagnement opérationnel reposant sur une équipe d'experts métier. Cette approche permet de donner des résultats rapidement mesurables sur la stratégie produit sur le web, les mobiles, les réseaux sociaux et les campagnes d'emails lors de tests client A/B multivariés, en fonction de la segmentation client et du ciblage comportemental.

Entrée en 2013 dans le classement Tech Track 100 du Sunday Time, Maxymiser accompagne les sociétés les plus emblématiques telles que Avis Budget EMEA, Intercontinental Hotel Group, Mothercare, EasyJet, Homebase, HSBC et Virgin Media. Maxymiser est basée à New York avec des bureaux à Chicago, Edimbourg, Düsseldorf, Londres, Munich et à San Francisco.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site www.maxymiser.com et retrouvez l'entreprise sur Facebook, Twitter et LinkedIn.

Contact presse :

Véronique PIGOT - Agence Kani RP pour Maxymiser - Tél. : 33 (1) 49 52 60 64 - Email : maxymiser@kanirp.com

Retrouvez toutes les actus de Maxymiser <http://www.kanirp.com/2398/maxymiser/>