

**Parcours
client online.**



**Mr
Suricate**

Les bases indispensables pour des parcours client fluides



La prise de recul



La visibilité de tous vos intervenants extérieurs



Le lien entre les services opérationnels internes



Des scénarios efficaces et efficients



La réactivité et l'adaptabilité



L'écoute de vos clients

Les expériences de **Mr Suricate** et de ses collaborateurs nous ont permis de mettre l'accent sur des bases incontournables afin d'obtenir des parcours client online fluides et sans couture.

La prise de recul

Elle développe un esprit critique et constructif et est nécessaire pour mener à bien la meilleure des stratégies de tests. Elle permet une optimisation sur la portée ainsi qu'un enrichissement sur les bonnes pratiques du test.

Le lien entre les services opérationnels internes

Une plateforme de vente en ligne fonctionne grâce à différentes connexions technologiques et différents acteurs. Lorsque l'entreprise constate un bug sur son interface, il est remonté au métier ou à l'IT. Cependant, la communication n'est souvent pas établie entre les 2 services et une inconnue sur ce sujet est vécue par l'un des 2 pôles. Le métier ne se verra pas expliquer la baisse de fréquentation sur une certaine plage horaire et l'IT ne comprendra peut-être pas le niveau de criticité de celui-ci.

L'écoute de vos clients

L'écoute des remontées clients est l'une des premières actions à prioriser. Lorsque celui-ci prend la peine de faire le constat, c'est qu'il est vraiment dommageable pour l'entreprise.

Des scénarios efficaces

Il est important de tester les scénarios les plus critiques et les plus présents sur le tunnel d'achat. Cependant, un scénario peu emprunté, mais comportant une fonctionnalité à risque, peut devenir menaçant pour la bonne expérience client.

La réactivité et l'adaptabilité

Les besoins des consommateurs se modifient très rapidement, ils sont liés aux facteurs sociétaux et environnementaux. La concurrence est également toujours en alerte pour faire venir de nouveaux clients. La réactivité et l'adaptabilité d'une entreprise contribuent au développement des ventes.

La visibilité sur tous vos intervenants extérieurs

Les interactions sur le site et les dysfonctionnements sont gérés par le pôle technique et le pôle métier qui peuvent faire appel à des intervenants extérieurs. Il est souvent compliqué pour une équipe interne de pouvoir superviser les actions effectuées par des prestataires. L'intérêt est de pouvoir obtenir une information, en instantané et auprès de toutes les personnes concernées. C'est ainsi qu'une entreprise peut favoriser le gain de temps, la réactivité et l'adaptabilité.

UNE STRATÉGIE DE TEST OPTIMALE

Une stratégie de test est indispensable à la réussite d'un projet digital, chacun des acteurs du projet doit être impliqué, du sponsor au testeur, en passant par PO et Dev.

Une analyse en recette et en production

Des PO, QA et développeurs

Du budget et du temps

Une analyse de tous les devices, viewport et navigateurs

LES SCÉNARIOS TYPES POUR LE SECTEUR DU RETAIL

Chaque secteur a ses propres besoins en test, **Mr Suricate** vous dévoile les scénarios fonctionnels types à intégrer dans vos stratégies de tests automatisés.

Le tunnel d'achat

- La création du compte client
- La connexion à son compte client
- Le panier qui se vide
- Les informations de fidélisation
- L'utilisation des filtres
- La wishlist
- L'accès à l'URL de départ
- La navigation sur le site

La commande

- Le complément d'informations dans le formulaire
- La validation du formulaire
- Le choix de l'adresse d'expédition
- Le choix de retrait en magasin

Le prix

- Les offres fidélité
- La bonne utilisation des codes promos
- La comparaison de la fiche produit et du prix

CONSTAT

Les équipes expertes de **Mr Suricate** ont élaboré le top 10 des bugs les plus remontés au 1er semestre. Cette étude porte sur les analyses de sites de nos clients et prospects, ceci sur tous secteurs d'activités confondus.

TOP 10

Les bugs les plus remontés au premier semestre 2021

Classement	Description
N°1	Mail non-reçu
N°2	Bouton qui ne réagit pas
N°3	Erreurs 400 / 500
N°4	Problème d'affichage du site
N°5	Le panier qui se vide en cours de commande
N°6	Impossible de se connecter au compte client
N°7	Produit indisponible à tort
N°8	Non persistance du prix produit
N°9	Déconnexion intempestive du compte client
N°10	Message d'erreur lors du paiement

*Enquête réalisée par les équipes expertes de Mr Suricate
Ce classement est basé sur plus de 4000 bugs remontés par Mr Suricate*

Mail non-reçu

La non-réception des mails est le bug le plus récurrent selon nos spécialistes. Le plus souvent, cette anomalie apparaît au moment de l'achat d'un article, plus précisément, lorsque le mail doit avertir le client de la bonne réception de paiement du produit. Il arrive aussi souvent lors de la création de compte client, alors qu'un mail de confirmation est envoyé.

Impact :

Quand il s'agit d'un mail de confirmation de commande, le client est inquiet et se retrouve en position de devoir vous contacter par ses propres moyens, ce qui lui laissera le souvenir d'une mauvaise expérience. S'il s'agit d'un mail de validation de création de compte par exemple, ça l'empêche simplement de s'engager dans le tunnel de paiement.

Le bouton qui ne réagit pas

Le deuxième bug fonctionnel le plus remonté par nos équipes est l'absence de réaction après avoir cliqué sur un bouton. Nous avons déjà tous rencontré ce problème : cliquer sur un bouton d'ajout au panier ou d'envoi de message et constater que rien ne se passe...

Extrêmement pénible pour les utilisateurs, ce bug est la cause de nombreux abandons et détériore l'image de marque de l'entreprise.

Erreurs 400 / 500

Viennent ensuite les erreurs 400 et 500 qui appauvrissent véritablement l'expérience des utilisateurs car elles ne leur permettent pas de poursuivre leur chemin et ne peuvent pas être contournées.

Les erreurs 400 sont multiples (il en existe plus de 35) et peuvent traduire différents problèmes survenus entre le serveur et le navigateur. Les erreurs 500 sont, quant à elles, moins nombreuses que les erreurs 400 (une petite vingtaine) et mettent en avant des soucis du côté du serveur uniquement.

Problème d'affichage du site

En quatrième position, on retrouve le bug d'affichage du site souvent dû à un script modifié ou à une mise à jour du CMS ... et c'est ainsi que le design de votre site est altéré.

Même si un bug d'affichage n'est pas forcément bloquant, vous perdez en crédibilité et en image auprès des utilisateurs de votre site. Quel dommage pour votre équipe Marketing qui fait de son mieux pour vous mettre en valeur.

Le panier se vide

Le cinquième bug de notre liste est ultra-sensible pour les clients. Il se produit le plus souvent au changement de page lors de la navigation sur le site. Alors que le client vient de passer un certain moment à la bonne sélection de ses articles, cette anomalie apparaît en remettant le panier à zéro, sans possibilités de revenir en arrière.

C'est un bug hautement irritant et décevant pour le client qui, la plupart du temps, s'en ira du site pour ne pas avoir à réitérer ses recherches et pour trouver mieux ailleurs.

**Retrouvez l'intégralité de
l'étude en cliquant ici**



IMPACTS

Mr Suricate a interrogé plus de 14 800 internautes afin de mieux connaître leurs réactions face aux bugs des sites marchands. Une enquête qui montre des attitudes très différentes entre les femmes et les hommes.

« Grâce à cette enquête, nous avons à présent des données plus précises sur les comportements des internautes face aux bugs et notamment sur les différences entre les femmes et les hommes. Nous avons ainsi appris que les femmes étaient beaucoup plus impactées par les bugs et que leur confiance était perdue très vite en cas de problème ».

Fabien Van Herreweghe,
Directeur Général de Mr Suricate.

69%

des femmes et 64% des hommes détestent les erreurs liées au paiement

86%

des Français renoncent à un achat à cause d'un bug

79%

des femmes et 61% des hommes vont acheter sur un autre site

41%

des femmes déclarent perdre la confiance d'un site qui a des bugs

* Enquête réalisée entre le 4 et le 10 septembre 2020 auprès de 14 824 personnes représentatives de la population nationale française selon la méthode des quotas. Sondage effectué en ligne, sur le panel propriétaire BuzzPress France regroupant plus de 22 560 personnes. Toutes les informations mises en avant par les personnes interrogées sont déclaratives.

**Retrouvez l'intégralité
de l'étude en cliquant ici**



EXEMPLES D'ANOMALIES REMONTÉES

Voici l'exemple d'un client **Mr Suricate** dans le secteur du Retail sur le marché de l'habillement. Nous réalisons des points de pilotage à chaque trimestre afin de faire un état des lieux des évolutions de la stratégie.



Message d'erreur lors de la redirection vers le prestataire de paiement

Produit personnalisable : différence de prix page catalogue, page produit et dans le panier



Erreur 503 sur le prestataire de paiement CB



Erreur 500 due à un problème avec le prestataire de publicité



Fonctionnalité Facebook connect down



Courte erreur 500 sur la home page



Analyse des prestataires



Image de marque préservée

Comme vous pouvez le constater, beaucoup des anomalies remontées sont liées aux différents prestataires intervenants sur la plateforme.

Les alertes de bugs ainsi que la qualification et le niveau de criticité envoyés en instantané par un seul outil ont permis à Delsey de rétablir dans des laps de temps courts les erreurs techniques du site (Time to Market).

La résolution des bugs a permis d'optimiser les parcours utilisateurs favorisant une expérience fluide et sans couture et permettant ainsi de préserver l'image de marque de l'enseigne.

TÉMOIGNAGE CLIENT

– **DELSEY**
PARIS



Témoignage de
Valérie CHEBASSIER –
Ex-Directrice
Marketing & Digital
chez DELSEY

DELSEY
PARIS

“ Grâce à **Mr Suricate**, on a pu corriger les problèmes, éviter l’insatisfaction client et optimiser les conversions sur nos sites Internet.”

Augmentation du taux de conversion jusqu’à 7%

- ✓ **Production et Recette**
- ✓ Sur 7 pays différents / desktop et mobile
- ✓ POC validé en décembre 2020 et engagement dès janvier 2021
- ✓ Mr Suricate a su révéler le besoin d’augmentation de la bande passante lors du black Friday 2020 pour assumer la hausse de fréquentation
- ✓ Favorise la symbiose des équipes et la coordination des objectifs
- ✓ Permet d’allouer les équipes à des tâches à forte valeur ajoutée

Client depuis octobre 2020, l’enseigne Delsey a des besoins qui se portaient sur l’utilisation d’un outil accessible à un profil non-développeur. La petite taille de l’équipe favorisait également le choix d’être accompagnée dans sa stratégie d’automatisation de tests fonctionnels mais aussi dans le fait de déléguer.

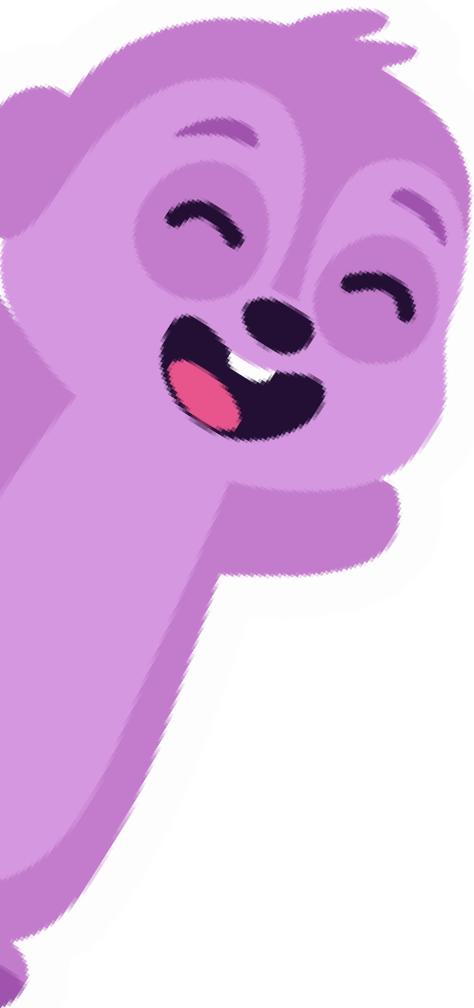
Après quelques mois de pratique sur leur plateforme, l’équipe de Mr Suricate a remonté des anomalies dont 2 plutôt critiques :

- Suite à une manipulation effectuée par le pôle technique de Delsey, une page avait disparue du site. Celle-ci portait sur un lancement de collection en phase de test. L’équipe marketing ne s’était pas rendue compte que les produits n’étaient plus en ligne. Mr Suricate a détecté en un laps de temps très court ce bug et l’anomalie a pu être corrigée en un rien de temps.
- Les équipes de Mr Suricate ont également remonté le fait qu’il n’était pas possible d’ajouter plus d’un produit au panier.

Découvrez le témoignage vidéo de Valérie Chébassier, ex-Directrice Marketing & Digital de Delsey. Elle évoque l’évolution du taux de transformation et les gains suite à la mise en place de Mr Suricate.



Mr Suricate



FNAC DARTY

INTERSPORT

King Jouet

CREDIPAR

PSA
FINANCE
FRANCE

laforêt vertbaudet

LONGCHAMP
PARIS

franprix

Jacadi
PARIS

MANITOU
GROUP



PM PRISMA MEDIA

+33 (0)2 53 35 83 35 -
suricate@mrsuricate.com -