

## L'Optimiseur de Site, un outil facile à utiliser pour augmenter le taux de conversion



### Qui sont-ils ?

- www.illico-travaux.com
- Société de courtage en travaux
- Lyon, France

### Que voulaient-ils faire ?

- Augmenter le nombre de conversions

### Qu'ont-ils testé ?

- L'Optimiseur de Site

### Les résultats....

- + 27% de conversions

**« L'Optimiseur de Site augmente le taux de conversion et accroît le volume des contacts. »** Sacha Goepp, Directeur de l'agence WebCD.

WebCD propose depuis 1998 un travail sur mesure spécialisé dans l'activité Internet. Depuis près de 9 ans, l'agence alsacienne développe également des progiciels extranets on-line pour répondre aux besoins de ses clients. Illico-Travaux, société de courtage en travaux, a depuis sa création fait confiance à WebCD dans l'accompagnement de sa stratégie Web. L'entreprise, dont le but est de faciliter les démarches des consommateurs désireux d'effectuer tout type de travaux, travaille main dans la main avec WebCD. C'est donc d'une seule voix qu'ils ont lancé des campagnes AdWords pour développer visibilité et succès.



### L'Optimiseur de Site, l'étape ultime pour augmenter ses conversions

Illico-Travaux a pour objectif premier le retour sur investissement. Son agence web, WebCD, a ainsi optimisé les campagnes AdWords en travaillant sur les mots clés, en écrivant des textes d'annonces dynamiques et en proposant une page de destination précise. Cette démarche a permis d'affaiblir le pourcentage de visiteurs quittant le site depuis la page de destination (le taux de rebond) tout en augmentant le taux de conversion. WebCD a cependant décidé de passer à l'étape supérieure lors de la Google Academy de Strasbourg au début de l'année 2009. « A cette époque, nous commençons à repenser l'ergonomie du site. Nous étions donc très intéressés par la présentation de l'Optimiseur de Site qui permet de constater l'impact visuel d'une page web sur les visiteurs du site », explique Sacha Goepp, Directeur de l'agence WebCD.

En effet, l'Optimiseur de Site permet de tester des variantes de pages du site afin d'identifier les associations de contenu performantes qui débouchent sur des conversions. En regardant les rapports de l'Optimiseur de Site, il est facile d'établir quelle combinaison de variantes est la plus performante. « Nous voulions tester la façon dont nous présentions l'offre sur la page d'accueil avec une présentation différente et plus directe du service. Nous avons donc fait un test classique A/B. Dans la nouvelle page, version B, nous avons par exemple déplacé le bouton de demande de devis au centre et avons augmenté sa taille par 3 », raconte Sacha, avant de poursuivre, « Au bout de 10 jours seulement, nous avons remarqué une augmentation de 27% de conversions avec la version B, pour des demandes de devis valides ».

---

## A propos de l'Optimiseur de Site

L'Optimiseur de Site est une application gratuite de Google qui permet aux professionnels du marketing et aux webmasters de tester plusieurs variables et différentes combinaisons des pages de leur site (textes et images). Les données fournies par l'outil sont des éléments objectifs et utiles pour augmenter les taux de conversion et la satisfaction globale des visiteurs. Il existe 2 types de test : le test multivariable et le test AB. L'Optimiseur de Site est également un parfait complément de Google Analytics.

Pour plus d'informations,  
[www.google.fr/weboptimizer](http://www.google.fr/weboptimizer)

---

## Comprendre le consommateur et mieux convertir

Avec Google Analytics, WebCD s'est rendu compte qu'un nombre conséquent de prospects quittaient le formulaire d'inscription avant la page finale de remerciement. « A partir de cette information, nous avons décidé de faire un test comparant la page originale comprenant un formulaire d'inscription en 3 étapes, à une nouvelle page présentant un formulaire en 2 étapes. Le but était de comprendre si la conversion s'améliore en ayant une étape de moins », explique Sacha. Les résultats de l'Optimiseur de Site ont été sans appel. En enlevant une étape, Illico-Travaux perdait 20% de conversions au cours des 5 premiers jours. « L'Optimiseur de Site permet de mesurer l'impact de tout changement sur le site, et de comprendre que même les modifications qui semblent évidentes, ne délivrent pas toujours les résultats escomptés », précise Sacha. Cependant, il était important pour l'agence comme pour le client d'avoir une page avec un formulaire d'inscription en 2 étapes, afin de faciliter la démarche du consommateur. « Nous avons alors travaillé davantage le visuel de notre nouvelle page (inscription en deux étapes) en ajoutant un bandeau clair et précis sur le principe même du processus d'inscription. Nous avons ainsi constaté une augmentation immédiate des conversions. Satisfaits par l'Optimiseur de Site, nous allons continuer nos expériences pour avoir des taux de conversions encore meilleurs », conclut Sacha.