



x



x



# Growth marketing :

Offrez à votre site  
e-commerce la performance  
business qu'il mérite.

# Êtes-vous certain(e)s de **tirer le maximum** de votre plateforme e-commerce ?

Aujourd'hui 80% des consommateurs dans le monde\* souhaitent une expérience de "Compressed Commerce", soit le fait de passer le plus vite possible de la phase d'inspiration à la phase d'achat. Pour répondre à cette demande, il devient inévitable de mettre en place des techniques dites de "Growth marketing" pour rendre les expériences de marque plus performantes et ROIstes.

Avant de vous lancer, nos équipes d'experts ont rédigé ce playbook comme un guide pour vous aider à évaluer votre maturité digitale.

Bonne lecture,  
Les équipes Emakina, Contentsquare et Front-Commerce.



Comment **Emakina**,  
**Contentsquare** et  
**Front-Commerce** peuvent  
vous aider à **accélérer**  
**durablement votre**  
**business**

Parce que nous savons que construire, faire évoluer et maintenir un écosystème de commerce digital peut être source de stress pour les marques, nous apportons une réponse tripartite permettant aux marchands de :

- Comprendre les parcours de leurs utilisateurs (**powered by Contentsquare**),
- Concevoir, produire et améliorer en continu une expérience de marque (**powered by Emakina**),
- Se doter d'une solution technologique orientée performance, à la fois flexible et facile à déployer (**powered by Front-Commerce**).



**Contentsquare**

Collecte les données de l'expérience utilisateur pour réussir son projet de replatforming.



**EMAKINA**

AN EPAM COMPANY

Utilise les données pour mener la conception, la production et l'évolution de la plateforme.



**FRONT-COMMERCE**

Donne vie à l'expérience utilisateur grâce à une solution headless, suivant les normes PWA.



# Pensez le site e-commerce dans un **parcours global**.

- Un beau site e-commerce ne suffit pas. Si votre site n'est pas spécifiquement recherché (le plus souvent), n'est pas trouvable par les utilisateurs, ou n'est tout simplement pas performant, il ne servira pas vos objectifs business.
- Votre plateforme e-commerce doit être travaillée comme le lieu de transaction le plus optimisé en terme de rapidité et de réassurance. N'oubliez pas que la découverte de votre marque, de vos produits ou de vos services peut se faire ailleurs (moteurs de recherche, réseaux sociaux, magasins, revendeurs, marketplaces, etc.)
- Pensez l'expérience de marque dans un écosystème global avec une stratégie de contenu adaptée à chaque touchpoint. La passage par la *homepage* n'est pas une obligation, le challenge est de délivrer la meilleure expérience omnicanale.

## PRINCIPALES SOURCES D'INSPIRATION



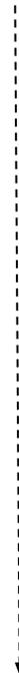
39%

SEARCH ENGINES



33%

SOCIAL MEDIA



# Intégrez dans votre réflexion **les nouveaux comportements.**

Le temps d'attention est fragmenté (ultra connecté / multi-devices) et court (consommateur pressé).

Top 3 des facteurs qui influencent la décision d'achat :

- Prix du produit
- Contenu de description du produit / service
- Faciliter à trouver le produit/service

CHALLENGE : rendre accessible les bonnes informations sur et au-delà de la plateforme.



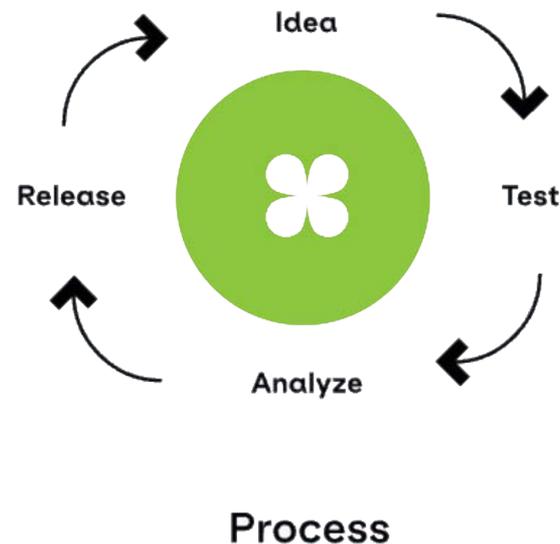
# Ne prenez rien comme acquis : **testez, expérimentez, itérez.**

Maîtriser la recette et connaître les ingrédients ne suffit pas, car les quantités sont propres à chacun.

Le succès de cette démarche repose sur la capacité à entrer dans une démarche de performance continue avec l'utilisateur au centre.

Les champs d'actions du Growth marketing :

- Croissance du business sur le long terme,
- Travail sur l'ensemble du funnel,
- Stratégie basée sur la data,
- Automation, scalable,
- Customer vs business pain points,
- Personnalisation.



# L'ère de **l'immédiateté** et de l'expérience **sans friction.**

**Se démarquer des concurrents tout en offrant un parcours digital end-to-end sans friction doit être votre priorité.**

- Si vous vous appuyez encore sur des prestataires différents pour vos sujets SEO, média, analytics, social, il est tant de **désiloter le pilotage de la data** issue de ces leviers pour mettre au centre de vos décisions votre business.
- Une fois ces fondations en place, vous devez collecter et agréger les données pour avoir **une vue 360 des parcours utilisateurs** de la phase d'acquisition à la phase du client ambassadeur.
- Isolez les grands segments pour **personnaliser les parcours en fonction de l'expérience attendue** : *devices*, achat rapide, source d'acquisition, etc.

## APPROCHE GROWTH

### AWARENESS

Générer des visites

### ACQUISITION

Engager l'utilisateur

### ACTIVATION

Atteinte des KPIs d'expérience

### REVENUE

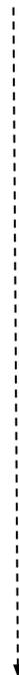
Achat

### RETENTION

Entretenir la relation

### REFERRAL

UGC



# CASE STUDY : l'importance du **growth marketing** dans un projet de **replatforming** e-commerce.

**Les craintes** lors d'un lancement de projet de replatforming.

“

Je ne veux pas perdre du business



“

Je ne veux pas impacter mes performances de campagnes



“

Je ne veux pas perdre des clients avec le nouveau design



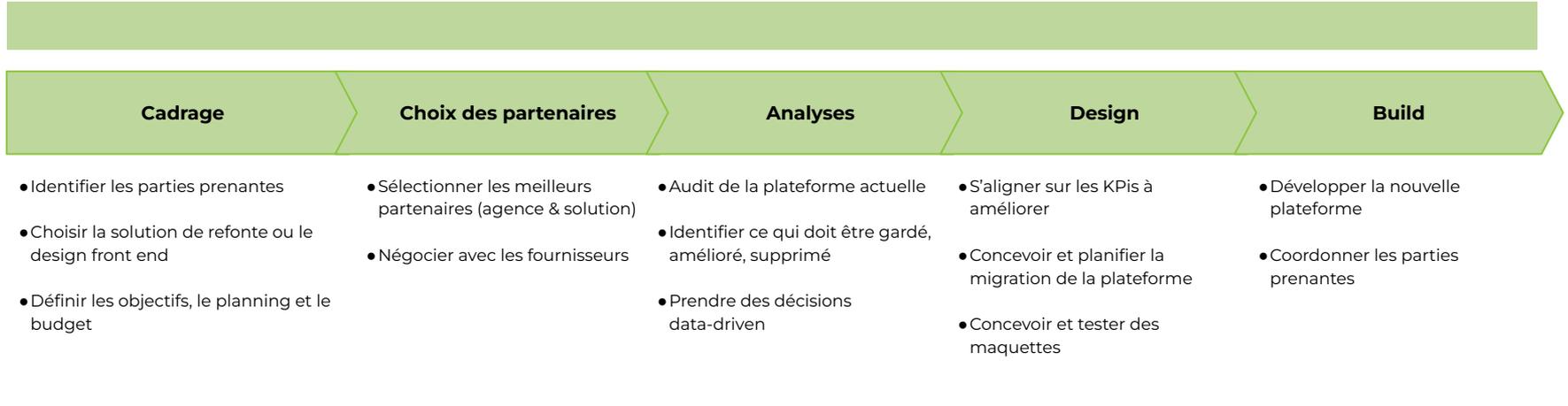
“

Je ne veux pas perdre mon job !



# Du **cadrage** à **l'optimisation** continue.

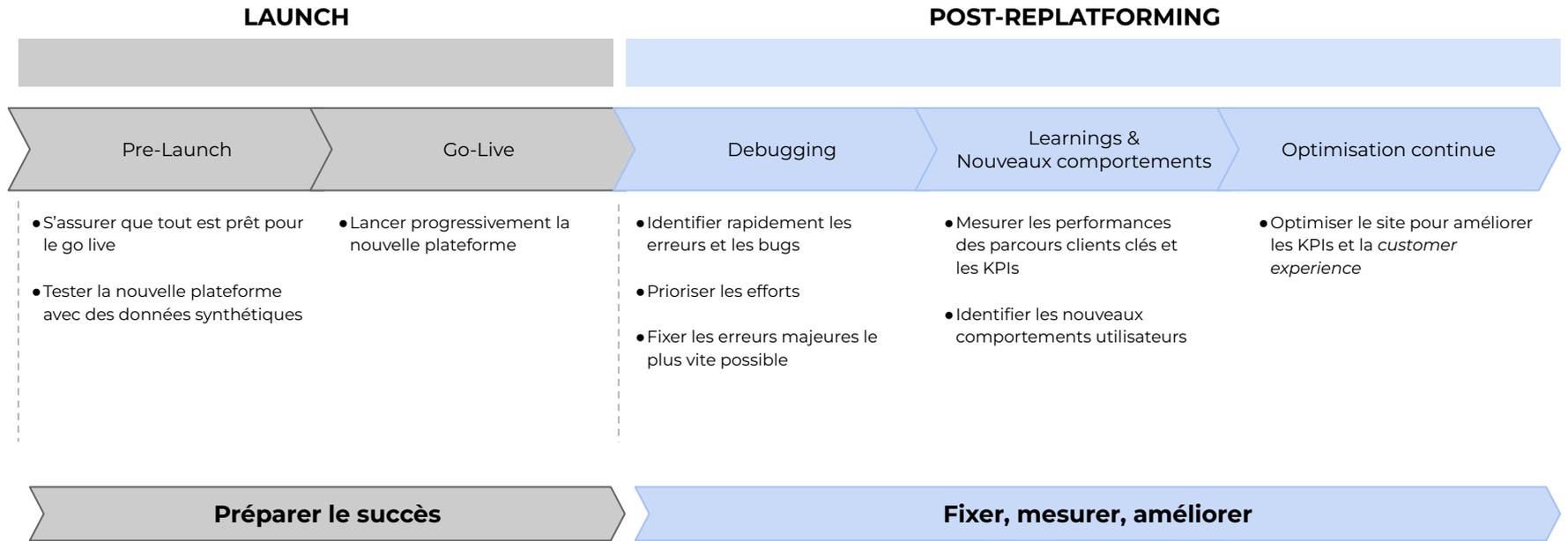
## CADRAGE, DESIGN & BUILD



## Assurer la coordination et l'efficacité



# Du **cadrage** à **l'optimisation** continue.



# Nous pouvons **vous aider tout au long de votre projet.**

## Avant

- Utilisez les données pour identifier les KPIs à traiter et quantifier votre ambition.
  - Tirez parti de nos +10 ans d'expérience de travail avec plus de 1000 clients pour obtenir des informations et en tirer les meilleures pratiques de replatforming.
- 

## Pendant

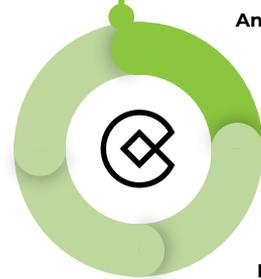
- Identifiez les parcours clients les plus performants et assurez-vous de les conserver.
  - Capturez de manière proactive des gains techniques rapides en corrigeant les bugs et les erreurs.
  - Effectuez une analyse approfondie de vos maquettes pour vous assurer de leur efficacité.
- 

## Après

- Bénéficiez d'un support proactif avec des ressources dédiées dans les 10 à 15 premiers jours suivant le lancement pour identifier et hiérarchiser les erreurs et les frictions impactant la conversion.
- Visualisez l'évolution de vos KPI avant et après le replatforming.

Nous fournissons un **support proactif** durant tout le projet.

**CADRAGE, DESIGN & BUILD**



Bug identification et quantification

Analyses des pages

AB Testing

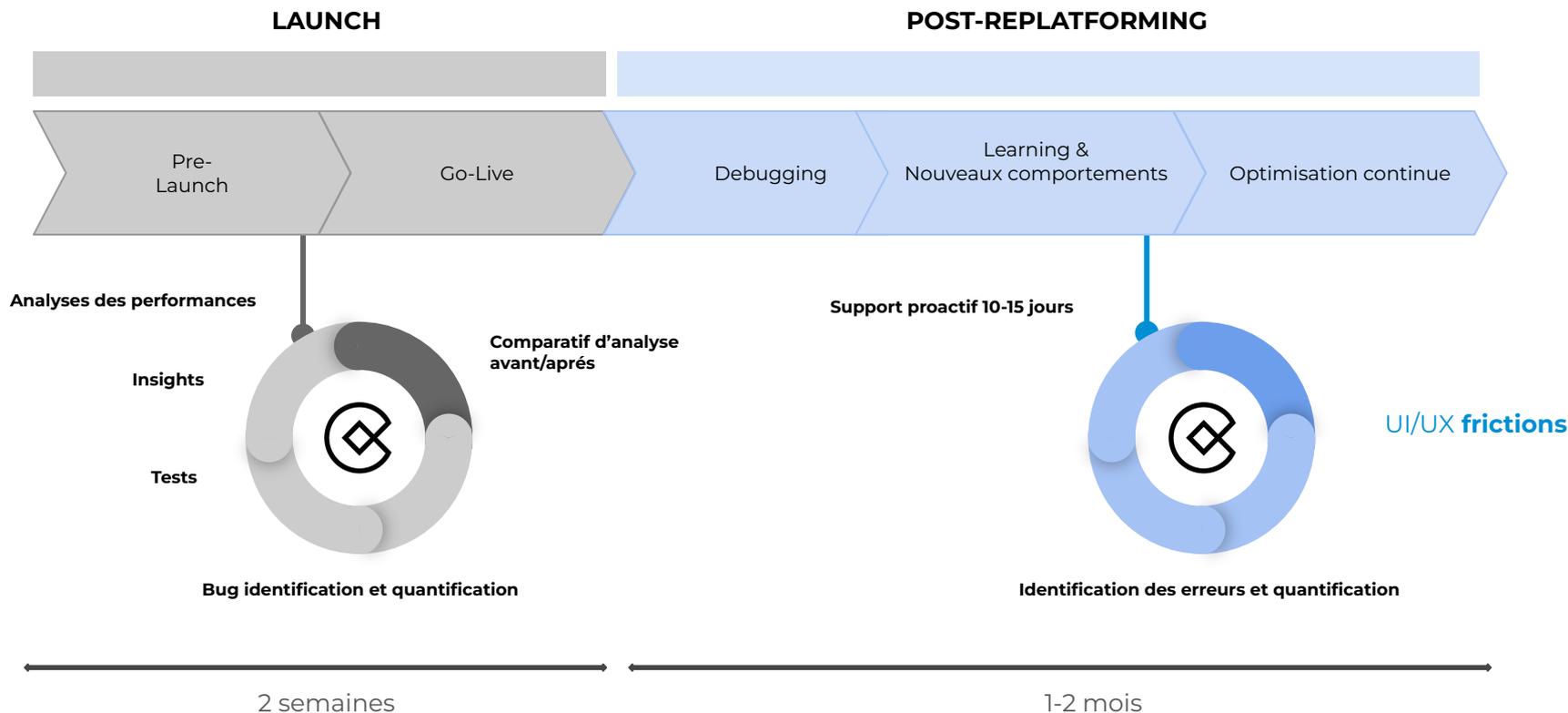
Identification des parcours clés

- Partage des **bonnes pratiques**
- Présentation de **notre réseau de partenaires** de confiance



1 mois

# Nous fournissons un **support proactif** durant tout le projet.



# La méthode **Emakina** pour **vous aider avant, pendant et au-delà** du replatforming.



## AUDIT

Pour avoir une vue d'ensemble de votre écosystème

Powered by



## CO-DESIGN

Pour partager les résultats de l'audit écrire ensemble la roadmap de demain

Powered by



## DELIVERY SPRINT

Nos experts produisent tous les livrables nécessaires à la mise en place de la roadmap

Powered by



## IMPLEMENTATION & RECETTE

Main dans la main avec nos équipes techniques ou vos partenaires nous mettons en place les éléments définis.

Powered by



## PERFORMANCE CONTINUE

Dans une démarche de test and learn, nous mettons en place un gouvernance dédiée pour suivre les KPIs et orienter les prochaines actions.

Powered by

# Audit

Powered by

Nous auditons l'ensemble de votre écosystème pour recueillir la data nécessaire à la définition de la roadmap digitale.

## → Champs d'actions :

- ◆ Stratégie d'acquisition (SEO, média, etc.)
- ◆ Data issues du site
- ◆ Data issues de partenaires (Contentsquare, Nosto, etc.)
- ◆ Automation marketing
- ◆ CRM
- ◆ Application mobile

## → Objectifs

- ◆ Avoir une overview de votre écosystème
- ◆ Analyser les parcours end-to-end pour désiloter les actions
- ◆ Proposer des actions tangibles sur l'ensemble des champs d'action



# Co-design

Powered by 

Sous format workshop, nous vous présentons les résultats de l'audit et nous itérons sur les prochaines étapes.

## → Parties prenantes

- ◆ Marketing / Digital
- ◆ Business
- ◆ IT
- ◆ Partenaires

## → Objectifs

- ◆ Partager les résultats de l'audit pour avoir la même base de prise de décisions
- ◆ Valider les actions à venir
- ◆ Prioriser la roadmap au prisme de votre business et de vos objectifs



# Delivery sprint

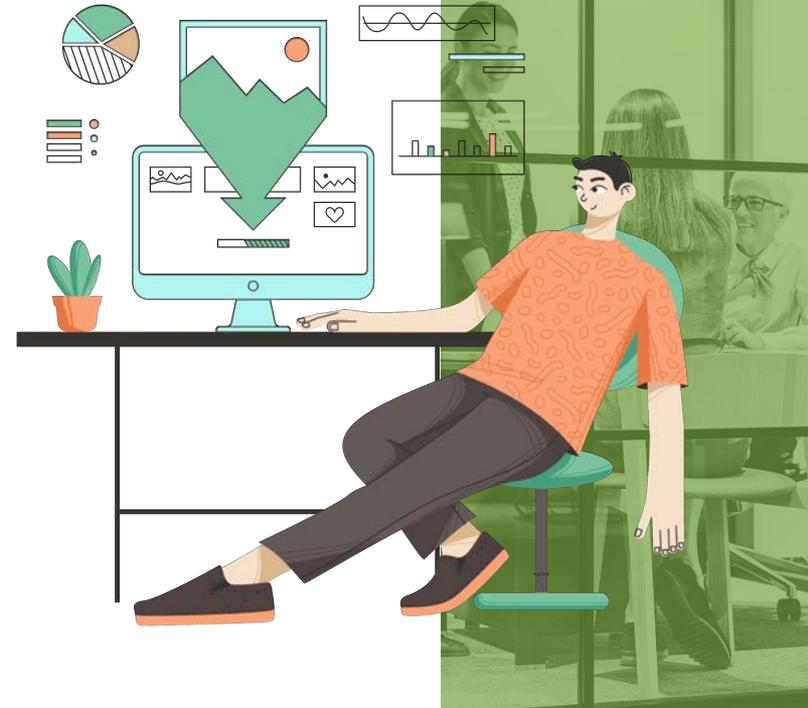
Powered by 

Nous produisons l'ensemble des livrables nécessaires pour la mise en place des actions définies dans la roadmap.

→ **Exemples de livrables :**

- ◆ Spécifications SEO,
- ◆ Plan de tracking,
- ◆ Recommandation Cookie Management Platform
- ◆ Stratégie CRM
- ◆ Sprint CRO
- ◆ ....

Nous pouvons aussi vous accompagner à la formation de vos équipes sur l'ensemble de ces sujets pour évangéliser la culture data et renforcer vos compétences.



# Implémentation & recettes

Powered by  

Avec nos équipes (Growth, Design, Techniques) nous mettons en place l'ensemble des éléments validés, nous réalisons les recettes et fixons les bugs.

Nous pouvons également travailler avec vos différents partenaires déjà en place pour les accompagner dans la mise en place de nos recommandations.



# Performance continue

Powered by

Afin de mesurer les résultats dans le temps et garder une démarche d'amélioration continue nous mettons en place un nouveau modèle de gouvernance : les comités performance.

Basés sur des dashboard sur mesure et de la data décisionnelle, ils permettent :

- D'analyser l'atteinte des résultats, KPIs,
- D'identifier les points de frictions,
- De valider les solutions à déployer pour le mois suivant,
- De mettre à jour la roadmap,
- D'assurer une veille sur le marché.





x



x



- Vous avez un projet de replatforming ?
- Vous pensez que votre site e-commerce pourrait être plus performant ?
- ◆ Pour vous aider dans vos réflexions, nous vous offrons un atelier "Growth marketing" et réalisons gratuitement un pré-audit de votre écosystème digital\*.

**Demandez votre pré-audit gratuit**

Ou envoyez-nous un e-mail à [hello@emakina.fr](mailto:hello@emakina.fr)

On démarre ? 🚀



# À propos de Contentsquare

*“Nous permettons à nos clients d’augmenter significativement les performances de leurs sites et applications, grâce à l’analyse de milliards de données chaque jour, dans le respect de la vie privée des utilisateurs.” - Gary Roth, Sales director EMEA*

## **Rendre le monde digital plus humain.**

Notre technologie, basée sur l'IA, transforme les datas comportementales basées sur les intentions et les émotions des utilisateurs en recommandations à chaque étape de leur parcours en ligne (web, mobile et apps), permettant aux entreprises d'humaniser leurs expériences digitales tout en priorisant leurs actions et en augmentant leurs conversions. La plateforme Contentsquare contribue aussi à la transformation digitale des entreprises et renforce tout particulièrement la confiance des clients en améliorant la sécurité, la confidentialité et l'accessibilité numérique.

Plus d'informations : [www.contentsquare.com](http://www.contentsquare.com)



Contentsquare

# À propos de **Front-Commerce**

*“Nous aidons nos clients à atteindre leurs objectifs de conversion en supprimant les barrières techniques.” - Pierre Martin, CTO Front-Commerce*

## **keeping change simple**

Agilité et innovation sont inséparables. Front-Commerce fournit aux commerçants les outils dont ils ont besoin pour offrir une expérience e-commerce flexible et sans couture.

Un front-end centré sur le client, basé sur les normes PWA et MACH, Front-Commerce améliore à la fois l'expérience du client, du commerçant et du développeur.

Une solution conçue pour le headless commerce, nous vous aidons à découpler votre front-end et votre back-end pour profiter pleinement d'une approche “best-of-breed” et rester en avance sur le marché.

Plus d'informations: [www.front-commerce.com](http://www.front-commerce.com)



# À propos de **Emakina**

*“Nous aidons les entreprises à accélérer leur business grâce au digital et aux technologies.”*

**Emakina est The User Agency** : nous combinons les insights des utilisateurs, la créativité et le design thinking avec un solide savoir-faire technologique pour créer des expériences utilisateur digitales personnalisées et percutantes.

Nos experts en marketing et technologie collaborent étroitement avec les clients pour développer des solutions de haut vol en marketing et en créativité pour relever des défis business ambitieux qu'il s'agisse d'applications, de sites web, de projets e-commerce ou de contenus originaux engageants.

Emakina est une agence digitale au rayonnement international. Elle fait partie d'Emakina Group, une entreprise EPAM Systems Inc. (NYSE : EPAM).

Ils vivent  
l'expérience  
Emakina :



AROMA = ZONE

KitchenAid®



celio\*

Les Georgettes  
· by Altesse ·

actual



Plus d'informations : [www.emakina.fr](http://www.emakina.fr)





x



x

