



# Chloé booste son site avec PWA et multiplie ses conversions x4.2



## Le contexte

Comptant parmi les maisons de Luxe françaises les plus iconiques, Chloé s'est toujours attachée à donner la meilleure expérience à ses client(e)s. Avec l'essor de leur trafic web et le développement des ventes en ligne, Chloé s'est penchée sur la meilleure façon de transposer l'expérience unique en magasin sur leur site web. Avec plus de 60% d'utilisateurs sur mobile, l'idée de passer leur site en Progressive Web App au temps de chargement ultra performant a rapidement fait son nid.

## Le challenge

En matière d'implémentation, Chloé a été confrontée à un certain nombre de challenges à relever. L'objectif était d'abord de construire la meilleure expérience PWA à la fois pour leurs utilisateurs web Android, mais aussi et surtout pour leurs utilisateurs iOS. De plus, Chloé ambitionnait que leur site PWA ait un impact positif non seulement sur la vitesse de chargement...mais également sur les performances e-commerce du site.

## Le plan d'action

Les équipes Chloé & YNAP ont travaillé main dans la main avec les équipes Google, en mode agile et itératif. Ils ont construits l'expérience PWA petit à petit, en se concentrant d'abord sur l'amélioration de la vitesse grâce au Service Worker caching, puis ont ajouté un mode offline, avant enfin de proposer l'ajout à l'écran d'accueil aux visiteurs les plus engagés. En outre, Chloé & YNAP ont impliqué dès le début du projet les équipes PM et UX pour que ces aspects là soient au coeur de la réalisation. Enfin, ils ont d'abord déployé la version PWA du site sur quelques pays pilotes en 2019 pour mesurer l'impact business avant un roll-out global début 2020.

Résultats pour les utilisateurs PWA VS utilisateurs Web:

**x4.2**

E-commerce  
Conversion rate

**+1:17min**

Avg. Session Duration

**+2.04**

Avg. pages viewed per session

**-97%**

Cumulative Layout  
Shifts

*"L'utilisation de Progressive Web App a été clé pour nous permettre de construire une expérience web rapide et moderne, apportant à nos clients une expérience de shopping fluide et mobile-first, que ce soit chez eux, en déplacement ou en point de vente."*

*Daniele Pascerini, Head of OFS frontend, Yoox-Net-A-Porter Group*



## Module d'installation custom



## Pop-in pour guider les utilisateurs iOS



## Les pages visitées dans la session accessibles sont hors-ligne



## Page hors-ligne

