



Les Galeries Lafayette, premier client européen à opter pour la solution Google Universal Analytics et sa fonction de reporting cross-canal

Grâce à Google Universal Analytics, les Galeries Lafayette peuvent maintenant mesurer pleinement l'impact du mobile, de la tablette et de l'ordinateur sur le parcours d'achat:

À propos des Galeries Lafayette

Les Galeries Lafayette sont une chaîne de magasin de luxe iconique. Les Galeries Lafayette sont présentes en France, mais également dans des capitales mondiales: Berlin, Jakarta, Dubai, Beijing...
www.galeriesslafayette.com

À propos de Converteo

Converteo est un cabinet de conseil e-Business spécialisé, ainsi qu'un partenaire Google Analytics certifié et Premium Reseller.
www.converteo.com

Objectifs

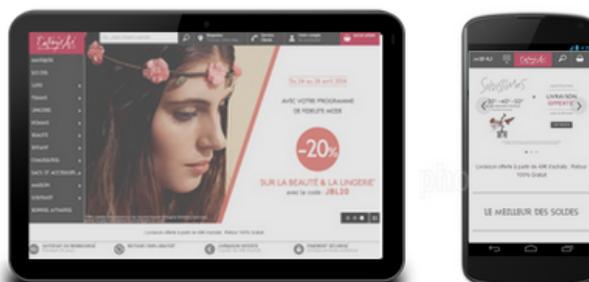
Mesurer l'impact et l'usage du multi-écran sur le parcours client.

Solutions

Les Galeries Lafayette et leur agence Converteo ont migré sur la plateforme Google Universal Analytics, dont la fonction de reporting cross-canal permet de mesurer les conversions sur différents appareils.

Résultats

- 50% des clients Galeries Lafayette sont des utilisateurs multi-écrans.
- Les visiteurs multi-écrans sont 300% plus rentables
- 87% des visites mobiles sont effectuées par des visiteurs multi-écrans



Le challenge : réconcilier autant que possible les usages sur les différents appareils utilisés par les clients des Galeries Lafayette

Les Galeries Lafayette, prestigieuse chaîne de magasins de luxe française, sont présentes en France, mais également dans des capitales mondiales.

En 2012, les Galeries Lafayette ont également lancé leur plateforme e-commerce, disponible sur ordinateur, tablettes, et mobiles. La mise en place d'un site responsive, adaptable à tous les appareils, a permis de mener une analyse de comportement pour chaque terminal. En revanche, il était encore impossible de recréer le parcours des clients qui impliquaient plusieurs terminaux.

Une analyse désormais possible avec la solution Google Universal Analytics

En 2014, les Galeries Lafayette et leur agence Converteo ont migré vers la plateforme Google Universal Analytics. Grâce à sa fonction de

reporting Cross Canal, les Galeries Lafayette sont maintenant capables d'identifier le parcours complet d'un utilisateur qui s'est identifié sur le site Galeries Lafayette, agrégeant ainsi ses visites sur différents terminaux.

Pour les Galeries Lafayette, les utilisateurs multi-appareils sont les plus rentables

L'analyse du temps d'impact du mobile, de la tablette et de l'ordinateur au sein du cycle d'achat semble dégager plusieurs enseignements pour les Galeries Lafayette:

-Usage cross-device:

50% des visiteurs Galeries Lafayette sont des visiteurs multi-écrans

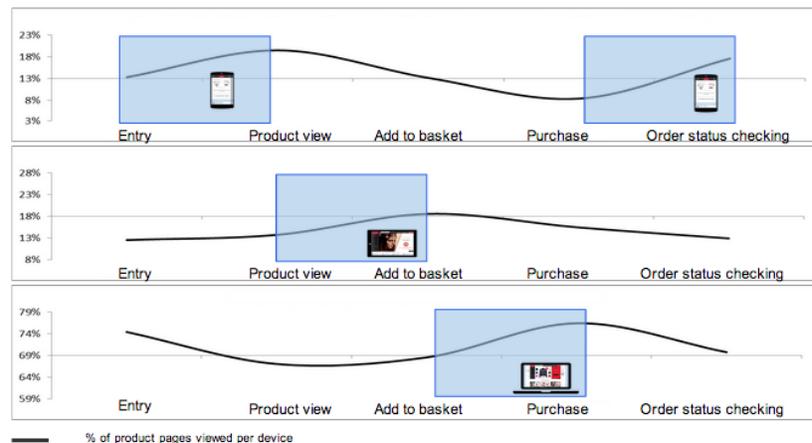
-Smartphone & Cross-device:

87% du revenu généré par une visite mobile provient d'un utilisateur multi-écrans.

-Revenus issus du multi-écran:

Le revenu généré par un client ayant utilisé un smartphone + une tablette + un ordinateur est 300% plus élevé que le revenu par utilisateur moyen. Le revenu généré par un client utilisant au moins deux terminaux différents est également 50% plus élevé que la moyenne.

Par ailleurs, le mobile, la tablette et l'ordinateur jouent un rôle différent, et complémentaire, durant le parcours d'achat:



Il apparaît que la tablette a une importance particulière dans l'étude des fiches produits et la sélection des produits les plus intéressants (ajouts au panier).

Quant à l'ordinateur, s'il reste sur-représenté dans la phase de finalisation de l'achat, le mobile a un impact très important non seulement en amont de l'achat (découverte de produits), mais également après l'achat (état de la commande, par exemple).

Ces résultats montrent clairement qu'une analyse de la performance par appareil en "last device" sous-évalue les performances du mobile et de la tablette, et que l'usage de certains terminaux ne peut se comprendre de façon cloisonnée.

En effet, 62% des utilisateurs mobiles des Galeries Lafayette sont des visiteurs multi-appareils... et ces visiteurs multi-appareils sont les visiteurs les plus rentables pour les Galeries Lafayette.