

Communiqué de presse

Salon MD Expo / e-Retail - Paris Porte de Versailles
Yuseo présente les résultats de ses Observatoires e-Performance
des secteurs Assurances, Electroménager et Prêt-à-Porter

20 sites e-commerce passés au crible de 2.800 internautes !

Paris, le 18 mars 2010 - Yuseo sera présent, stand D41, au salon MD Expo / e-Retail, les 30, 31 mars et 1^{er} avril. A cette occasion, le leader français spécialisé en ergonomie des systèmes interactifs présentera la méthodologie et les résultats de ses récents Observatoires e-Performance dédiés aux sites e-commerce des secteurs de l'Assurance, de l'Electroménager et du Prêt-à Porter. **Rendez-vous le 31 mars, de 11h à 11h45 et de 16h à 16h45, pour deux conférences exclusives !**

Observatoires e-Performance > Un benchmark concurrentiel des sites Internet centré client

Totalement indépendant, initié par Yuseo en 2008, l'Observatoire e-Performance apporte une évaluation objective des forces et faiblesses de sites Internet concurrents **par les internautes**. Il permet d'évaluer leur potentiel d'optimisation pour accroître la satisfaction clients, levier essentiel de fidélisation.

Centrée expérience utilisateur, cet Observatoire met un échantillon représentatif d'internautes en situation réelle d'utilisation des sites étudiés en leur demandant de réaliser différentes tâches et d'exprimer, au fil de leur navigation, leur ressenti de manière contextuelle sur différentes dimensions clés.

Ce recueil de données comportementales, **au-delà de la web-analyse et surtout des études déclaratives**, apporte la finesse essentielle aux études clients sur Internet et propose un regard adapté à la réalité fonctionnelle du media Internet en mesurant l'efficacité des parcours clients pour des objectifs définis.

FEVAD et LSA > Des partenariats de compétences autour de l'Observatoire e-Performance

Christine Balagué, Maître de conférences, Institut Télécom - Télécom management Paris, et la **FEVAD** ont réitéré leur soutien à cet Observatoire. D'ailleurs, une réflexion commune sera menée sur « Le parcours client, un indicateur de pilotage clé pour le canal Internet », lors de l'atelier FEVAD/Yuseo qui se tient aujourd'hui.

Attentif au développement du e-Commerce, **LSA** a rejoint ce partenariat de compétences. Consacré à l'actualité des marchés et tendances en matière de grande consommation, cet hebdomadaire délivre ainsi mensuellement à ses lecteurs une analyse de l'expérience de navigation des internautes, secteur par secteur.

Conférences > Rendez-vous le 31 mars pour deux conférences exclusives !

Présent **Stand D41**, Yuseo animera plusieurs évènements lors du salon MD Expo / e-Retail:

- Conférence - 11h-11h45 - le 31 mars
Observatoire e-Performance : 7 sites Internet du secteur Prêt-à-Porter passés au crible de 1.400 internautes - Invité : Olivier Costil, Rédacteur en Chef Adjoint LSA
Sites étudiés : 3 Suisses, Camaïeu, Etam, Kiabi, La Redoute, Mango, Promod
- Conférence - 16h-16h45 - le 31 mars
Ergonomie : quels indicateurs suivre pour booster les taux de satisfaction et de conversion sur votre site Internet ?
Focus sur les Observatoire e-Performance : cybermarchés, assurances, électroménager et prêt-à-porter
- Evènement - 11h30-12h - le 1^{er} avril - Stand D41
Apéritif Observatoire e-Performance des Assurances
Sites étudiés : Allianz, Axa, GMF, Groupama, Maaf, Macif, MMA

Contact presse > Sandrine Pichavant - spichavant@yuseo.com - Tél. 01 40 33 30 01

Retrouvez toute l'actualité de des Observatoires e-Performance sur : www.observatoire-eperformance.com

A propos de Yuseo - L'expérience client interactive optimisée - Fondée en janvier 2001, Yuseo est spécialisée en ergonomie des systèmes interactifs, leader dans son domaine en France. Yuseo se consacre à la réalisation d'études et de conseils spécifiques sur différentes interfaces (Internet, logiciel, SVI, Mobiles,...) afin d'optimiser l'expérience client et la satisfaction utilisateur. Forte des labels « OSEO » et « Jeune Entreprise Innovante » et Lauréat PM'UP 2009, Yuseo dispose d'un positionnement unique, reposant sur ses outils propriétaires d'analyses comportementales quantitatives (WebBehave et Yuscard) développés par une équipe interne R&D permettant de coupler et de tirer meilleur parti du quantitatif et du qualitatif client.