

Baromètre Converteo sur l'efficacité des moteurs de recherche interne Etude du secteur de l'habillement

Raphaël Fétique, Directeur Associé
Jean-Marc Bouwyn, Consultant Senior
Sixtine Colson, Consultante

Juillet 2013

« *Le moteur de recherche interne est le moteur de recherche proposé sur un site web pour faciliter l'accès à l'information ou au produit recherché par le visiteur.* »

Quelques chiffres pour illustrer l'importance de cet outil :

- 27%** des visiteurs d'un site d'e-commerce **débutent leur parcours par l'utilisation du moteur de recherche interne.**
- 73%** des visiteurs de site e-commerce **quittent le site au bout de deux minutes** s'ils ne trouvent pas ce qu'ils cherchent.
- 96%** déclarent, par ailleurs, que **la fonction de recherche est très importante dans leur processus d'achat.**



▪ Notre méthode :

- Une analyse user-centric...
- ... avec des critères de notation par grande étape d'utilisation
- ... et une pondération des notations dépendante du secteur étudié

L'habillement sur internet, un secteur dynamique :

- En France 11% des achats d'habillement se font sur internet
- La 2nde catégorie de produits les plus achetés sur internet (après les biens culturels)

Le choix des acteurs multi-marques pour cette étude :

- Une problématique de profondeur du catalogue chez les multi-marques
- VS une problématique du référencement des points de vente physiques pour les mono-marques

Les deux principales spécificités du secteur :

- Les catalogues sont riches en produits aux **caractéristiques proches**

Conséquence: les filtres sont indispensables pour la recherche interne

- **Le visuel** est l'élément central de décision

Conséquence: il est mis en valeur avant même de proposer l'achat



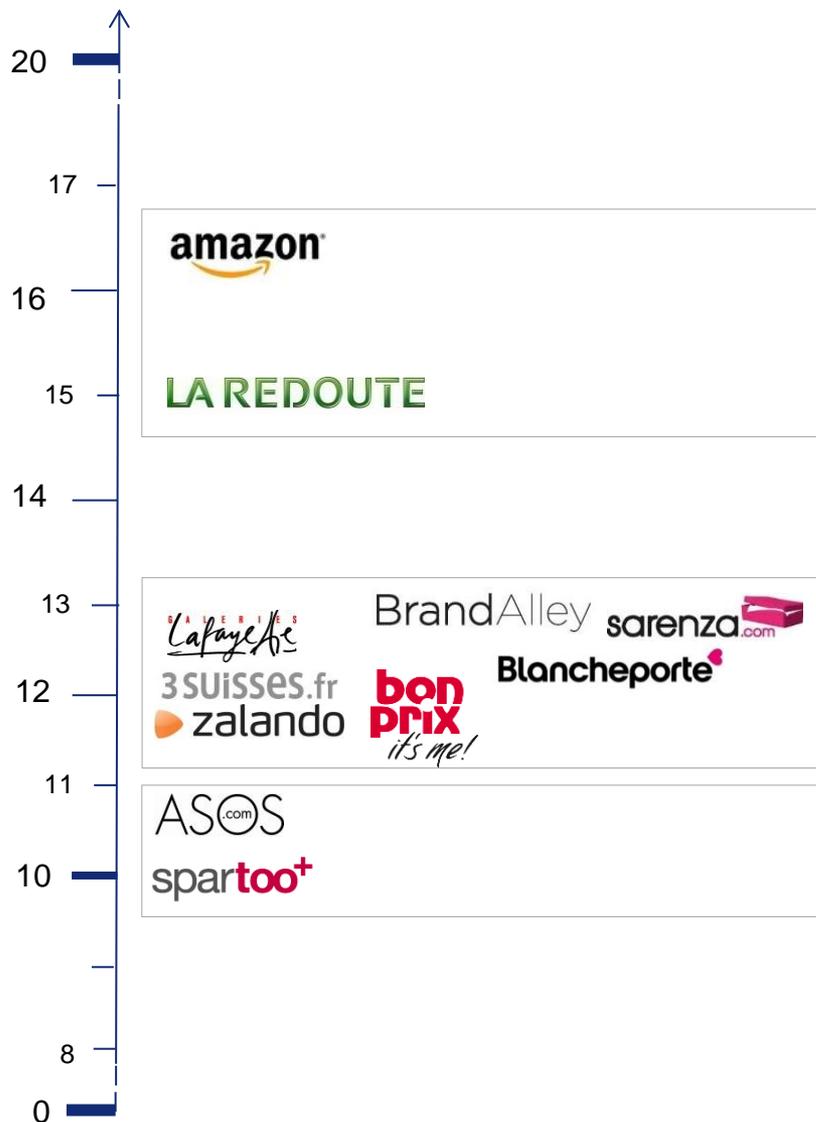
Exemple de filtres présents
sur le site Brandalley.fr

Le panel Converteo : les 10 leaders multi-marques et Amazon

Des distributeurs multi-marques variés sont intégrés dans notre étude :



L'habillement multi-marques: un secteur hétérogène pour la recherche interne avec une grande marge de progression pour la plupart des acteurs



▪ Les « killers »

Amazon mène notre classement, suivi de près par La Redoute.

▪ Les « bons élèves »

La majorité des acteurs se situe ensuite entre 11 et 14 : certains sous-estiment l'attention probablement à porter à la recherche interne.

▪ Les « retardataires »

Spartoo et **Asos** obtiennent moins de 11 et gagneraient à s'améliorer sur l'ensemble des items analysés.

Synthèse des résultats: le moteur de recherche interne est un axe d'optimisation pour la majorité des acteurs

Critère de notation	Barème	amazon	LA REDOUTE	3SUISSES.fr	spartoo+	zalando	bon prix it's me!	BrandAlley	SORENZA BY THE LA CHAUSSEUSE SUR INTERNET	Blancheporte	La Fayette	ASOS.com
Mise en valeur du moteur (coefficient 1)	/10 pts	7,5	7	8,5	4,5	6,5	6	5,5	8	7,5	6	6,5
Aide à la saisie, auto-complétion (coefficient 1)	/10 pts	9	5	0	4	4	4	4	4	4	0	0
Qualité du moteur (coefficient 2)	/10 pts	8,8	9,8	8,4	5	8,2	7,2	6,5	7,7	8,4	9,5	7,7
Qualité des pages de résultats (coefficient 2)	/10 pts	7,7	6,5	5,7	2,5	6,3	5,7	6,1	5,6	4,8	6,6	5,1
TOTAL	/20 pts	16,4	14,8	12,2	10,0	11,6	11,8	13,0	12,8	12,6	12,7	10,7

Détail des axes d'étude par critères



OÙ ET COMMENT LE MOTEUR DE RECHERCHE INTERNE EST-IL MIS EN VALEUR SUR LES SITES ÉTUDIÉS ?

Critère de notation	Barème	amazon	LA REDOUTE	3SUISSES.fr	spartoo+	zalando	bon prix it's me!	BrandAlley	SARENZA MY DAILY COMPANION FOR THE STREET	Blancheporte	La Fayette	ASOS.com
Présence sur le site	/3 pts	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Mise en valeur	/5 pts	4,5	3,5	5	1,5	3	2,5	2	4	4	2	3
Wording incitatif (dans champ de saisie)	/1 pt	0	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0,5	1	0,5	1	0,5
Wording incitatif (hors champ de saisie)	/1 pt	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Coefficient 1	TOTAL /10 pts	7,5	7	8,5	4,5	6,5	6	5,5	8	7,5	6	6,5

- Les 5 basiques à respecter :

1. L'emplacement : dans le header
2. La taille : importante
3. La couleur : différenciante
4. Le call to action : visible
5. Le wording dans le moteur : explicite

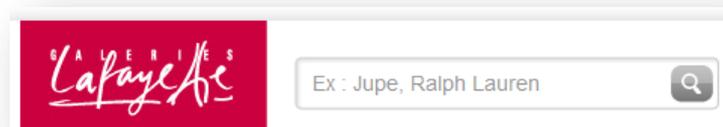
- Les 3 Suisses 1^{er} du podium :

Le moteur de recherche respecte ces 5 basiques :



- Le petit + chez Galeries Lafayette :

Un wording très explicite pour mettre en valeur des marques/produits spécifiques au sein du moteur de recherche.



- Le petit + chez Mode in Motion :

Cet acteur ne fait pas parti de notre étude mais il est intéressant de voir comment il utilise un wording en dehors du moteur de recherche pour le mettre en valeur.





LES ACTEURS PROPOSENT-ILS L'AUTO-COMPLÉTION ET DE QUELLE MANIÈRE ?

Critère de notation	Barème	amazon	LA REDOUTE	3SUISSES.fr	spartoo+	zalando	bon prix it's me!	BrandAlley	sARENZA ET EN LA COMMANDE POUR RETENIR	Blancheporte	La Fayette	ASOS
Auto-complétion simple	/4 pts	4	4	0	4	4	4	4	4	4	0	0
Avec correction orthographique	/2 pts	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Avec présentation des proposition par catégories	/3 pt	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Avec visuels produits	/1 pt	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Coefficient 1	TOTAL /10 pts	9	5	0	4	4	4	4	4	4	0	0

- L'auto-complétion devient un facteur différenciant lorsqu'elle propose les requêtes suivantes :
 - avec une **correction orthographique**
 - complétées d'un **critère**
 - complétées par des **marques**
 - dans une **catégorie de produits**
- Amazon 1^{er} du podium :



← Suggestion générique : un type de produit

← Suggestions d'un type de produit dans une catégorie

← Suggestion combinant le type de produit + un critère ou une marque le plus fréquent

- Le petit + chez La Redoute :
Les résultats de l'auto-complétion peuvent être enrichis de visuels produits.



- L'autre petit + d'Amazon :

Amazon est le seul acteur qui reconnaît une erreur orthographique dans une requête et qui propose les bonnes suggestions.



3

La majorité des acteurs ont un moteur de recherche efficace, proposant rapidement les bons résultats aux utilisateurs



LES MOTEURS DE RECHERCHE PROPOSENT-ILS LES BONS RÉSULTATS AUX UTILISATEURS ?

Critère de notation	Barème	amazon	LA REDOUTE	3SUISSES.fr	spartoo+	zalando	bon prix it's me!	BrandAlley	SORENZA ET DE LA COMMERCE SUR INTERNET	Blancheporte	Calypso	ASOS.com
Temps de chargement	1,5 pts	1,5	1,5	1,5	0,7	0,7	0,7	1,5	1,5	0,7	1,5	0
Pertinence des résultats	5 pts	4,5	4,9	4,3	4,6	4,6	4,2	4,6	3,9	4,8	5	5
Hierarchisation des résultats	2,5 pt	2,2	2,4	2,3	2,4	2,3	2,1	2,4	1,9	2,4	2,5	2,5
Traitement de la page « aucun résultat »	1 pt	0,5	1	0,3	0,5	0,5	0,2	0,2	0,5	0,5	0,5	0,2
Coefficient 2	TOTAL 10 pts	8,8	10	8,3	8,3	8,2	7,2	7,7	9,3	8,4	9,5	7,7

Le mauvais élève : Spartoo

Voici les 16 premiers résultats de la recherche « escarpins compensés » :



- En vert les résultats attendus pour cette requête: 2
 - En rouge les résultats non attendus : 14
- ⇒ Taux d'erreur : **87,5%**

Le moteur de recherche a surtout présenté des chaussures de femmes (sandales, bottes, bottines), compensées et non uniquement des escarpins compensés.

Effet déceptif pour l'utilisateur

le moteur de recherche présente des résultats qui ne correspondent qu'à la moitié de la requête.



QUELLES SONT LES INFORMATIONS DISPONIBLES ET LES ACTIONS POSSIBLES DEPUIS CETTE PAGE ?

Objectif du visiteur	Barème	amazon	LA REDOUTE	3SUISSES.fr	spartoo+	zalando	bon prix it's me!	BrandAlley	SARENZA PRIX LA COMMODE SUR INTERNET	Blancheporte	Calypso	ASOS.com
Voir le produit	4,5 pts	3,2	3,2	2,7	0,3	3,2	3,6	3,6	2,3	2,3	3,2	2,7
Affiner la recherche	3 pts	3	2,7	1,8	1,5	1,8	1,5	1,5	2,1	1,5	2,1	1,8
Le mettre au panier	1 pt	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,3	0,6	0,2	0,2	0,5	0,2
Elargir la recherche	1 pt	0,8	0,2	0,6	0,3	0,6	0,3	0,1	0,8	0,6	0,6	0,1
Comparer les produits	0,5 pt	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3
Coefficient 2	TOTAL 10 pts	7,7	6,5	5,7	2,5	6,3	5,7	6,1	5,6	4,8	6,6	5,1

- La page résultat doit :
 1. Afficher clairement - et uniquement - les informations utiles à l'utilisateur
 2. Permettre des actions sur ces résultats (filtrer et voir la fiche produit)

- Amazon le 1^{er} du podium :



Visuel + marque + nom du produit + catégorie du produit

Prix + état du stock + info livraison

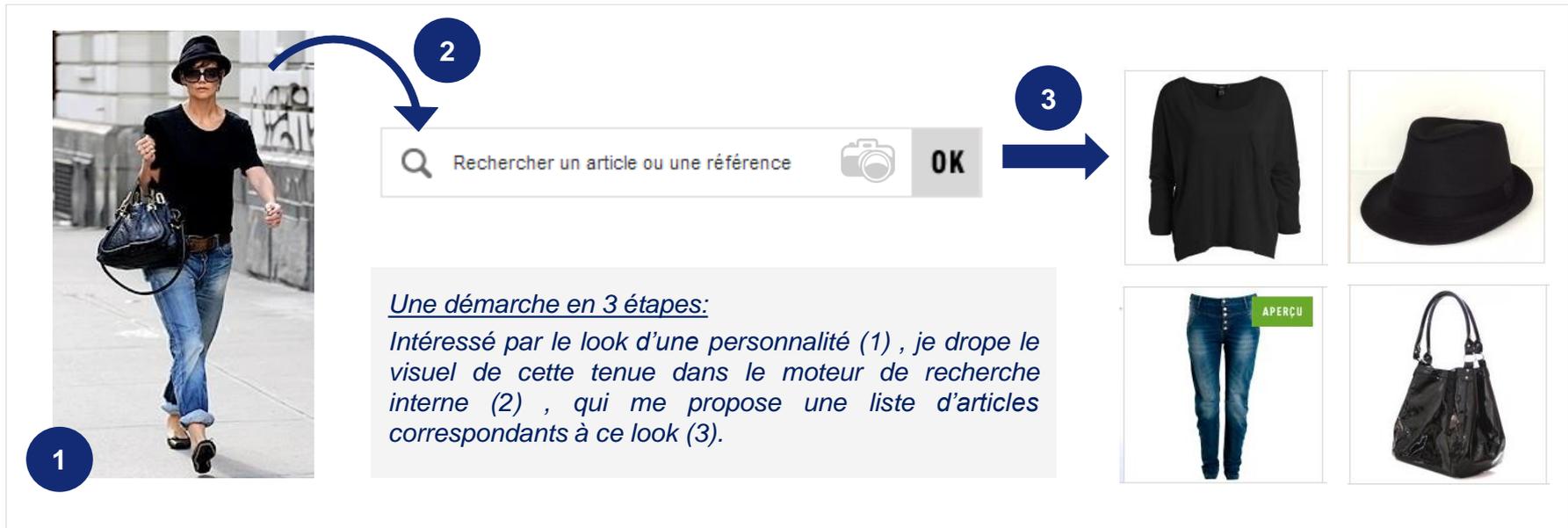
Notes + nombre de commentaires clients

Parti-pris: ne présenter qu'un résultat par ligne

- Le petit plus de Zalando :

Un roll-over efficace pour présenter plus d'informations produit sans surcharger l'encart produit :





- Autres démarches possibles :
 - sur une liste de résultats, sur chaque cartouche produit, ajout d'un lien « rechercher les produits similaires »
 - sur une fiche produit, bloc de recommandation de produits visuellement proches
- La recherche par images (vs. par mots-clés) pourrait être une évolution décisive pour le secteur. En effet, elle répond à une attente utilisateur forte : la recherche de produits par « look » ou d'un produit vu ailleurs.
 - *Ex : dans la presse féminine, la proposition de look de star « abordable » pour les lectrices ou un produit proche d'un produit de grande marque*
- Elle est aujourd'hui techniquement possible (ex : Google Search by image) ; se pose désormais la question de l'évolution ou non des modes de recherche chez les consommateurs.

Merci

<http://www.converteo.com>

contact@converteo.com

Le baromètre Converteo, c'est :

1. Une évaluation des pratiques d'un secteur sur leur outil de recherche interne
2. A découvrir tous les trimestres
3. Et à retrouver sur le blog de Converteo: <http://www.converteo.com/blog/>

critères	grille de notation	poids	Amazon	la Redoute	les 3 Suisses	Spartoo	Zalando	Bon Prix	Brandalley	Sarenza	Blanche Porte	Galeries Lafayette	Asos
Mise en valeur du moteur sur le site	/3	10	7,5	7,0	8,5	4,5	6,5	6,0	5,5	8,0	7,5	6,0	6,5
présence sur le site	0: Faible, 1: Bonne	3	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
mise en valeur graphique	0: Faible, 1: Bonne	5	4,5	3,5	5,0	1,5	3,0	2,5	2,0	4,0	4,0	2,0	3,0
wording d'indication dans le champ	0: Non, 1: Bon	1	0,0	0,5	0,5	0,0	0,5	0,5	0,5	1,0	0,5	1,0	0,5
wording d'indication à coté du champ	bonus de 0 à 1	1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Aide à la saisie: autocomplétion	/3	10	9,0	5,0	0,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	0,0	0,0
auto-complétion simple	0: non ; 1: oui	4	4,0	4,0	0,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	0,0	0,0
autocomplétion avec correction orthographique	0: Faible, 1: Bonne	2	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
autocomplétion avec catégorie	0: non ; 1: oui	3	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
autocomplétion avec visuels	bonus de 0 à 1	1	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Qualité du moteur	/4	20	17,5	19,5	16,8	16,5	11,8	14,4	17,5	15,4	16,8	19,0	15,4
temps de chargement des résultats	0: +de5s; 0,5: 2à5s, 1: -de2s	3	3,0	3,0	3,0	1,5	1,5	1,5	3,0	3,0	1,5	3,0	0,0
(traitement de la page "aucun résultats")	0: Faible, 1: Bon	2	1,0	2,0	0,6	1,0	1,0	0,4	0,4	1,0	1,0	1,0	0,4
pertinence de la réponse affichée	0: Faible, 1: Bonne	10	9,0	9,7	8,5	9,3	4,6	8,3	9,2	7,7	9,5	10,0	10,0
hiérarchisation des résultats	0: Faible, 1: Bonne	5	4,5	4,8	4,7	4,7	4,7	4,2	4,9	3,8	4,8	5,0	5,0
Qualité page de résultats	/5	20	15,3	13,0	11,4	4,9	12,5	11,0	12,1	11,1	9,5	13,2	10,2
voir le produit	0: Faible, 1: Bonne	9	6,3	6,3	5,4	0,6	6,3	6,3	7,2	4,5	4,5	6,3	5,4
acheter le produit / le mettre au panier	0: Faible, 1: Bonne	2	1,0	0,4	1,0	0,4	1,0	0,6	1,2	0,4	0,4	1,0	0,4
affiner la recherche	0: Faible, 1: Bonne	6	6,0	5,4	3,6	3,0	3,6	3,0	3,0	4,2	3,0	4,2	3,6
élargir la recherche	0: Faible, 1: Bonne	2	1,6	0,5	1,2	0,6	1,2	0,6	0,2	1,6	1,2	1,2	0,6
comparer plusieurs produits	0: Faible, 1: Bonne	1	0,4	0,4	0,2	0,3	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,2
			16,4	14,8	12,2	10,0	11,6	11,8	13,0	12,8	12,6	12,7	10,7

Détails pour la pertinence et la hiérarchisation des résultats

Amazon	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	jupe	1	1
	pull	0,8	0,8
avec marque	jupe desigual	1	1
	pull desigual	0,9	0,9
avec caractéristique	jupe longue	0,9	0,9
	pull col V	0,8	0,8
Moyenne		0,9	0,9

Zalando	critères	pertinence	hierarichisation
Requête générique	escarpins	1	1
	ballerines	1	1
avec marque	escarpins Jonak	1	1
	ballerines Jonak	1	1
avec caractéristique	escarpins compensés	1	1
	ballerines noir	0,6	0,6
Moyenne		0,9	0,9

La Redoute	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	jupe	1	1
	pull	1	1
avec marque	jupe desigual	1	1
	pull desigual	1	1
avec caractéristique	jupe longue	0,6	0,6
	pull col V	1	1
Moyenne		0,8	0,8

Bon Prix	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	jupe	1	1
	pull	1	1
avec marque	jupe rainbow	1	1
	pull rainbow	1	1
avec caractéristique	jupe longue	0,8	0,8
	pull col V	0,2	0,2
Moyenne		0,8	0,8

Spartoo	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	escarpins	1	1
	ballerines	0,8	0,8
avec marque	escarpins Jonak	1	1
	ballerines Jonak	1	1
avec caractéristique	escarpins compensés	0,9	0,9
	ballerines noir	0,9	0,9
Moyenne		0,9	0,9

BrandAlley	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	jupe	1	1
	pull	1	1
avec marque	jupe desigual	0,9	1
	pull desigual	1	1
avec caractéristique	escarpins compensés	0,5	0,4
	ballerines noir	0,6	0,6
Moyenne		0,6	0,5

Détails pour la pertinence et la hiérarchisation des résultats

Blanche Porte	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	jupe	1	1
	pull	1	1
avec marque	jupe extra belle	0,9	1
	pull extra belle	1	1
avec caractéristique	jupe longue	0,8	0,8
	pull col V	1	1
Moyenne		1,0	1,0

GL	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	jupe	1	1
	pull	1	1
avec marque	jupe desigual	1	1
	pull desigual	1	1
avec caractéristique	jupe longue	1	1
	pull col V	1	1
Moyenne		1,0	1,0

ASOS	critères	pertinence	hierarichisation
requête générique	jupe	1	1
	pull	1	1
avec marque	jupe vera moda	1	1
	pull vera moda	1	1
avec caractéristique	jupe longue	1	1
	pull col V	1	1
Moyenne		1,0	1,0