

ÉTUDE DE CAS

MIGRATION DOOFINDER

Recherche commerciale trust-by-design
Créé par Empathy Platform

Conforama



EMPATHY.CO

SOMMAIRE

01
ANALYSE ET
PERSPECTIVE

02
STRATÉGIE ET
MISE EN ŒUVRE

03
RÉSULTATS

04
RÉSUMÉ

01

ANALYSE ET
PERSPECTIVE

A woman with blonde hair is sitting in a white armchair, holding a small white dog. She is wearing a blue and white top and black pants. The setting is a bright room with a large window in the background showing a street scene. In the foreground, there is a large green plant with broad leaves. The floor is made of dark wood. The overall atmosphere is calm and domestic.

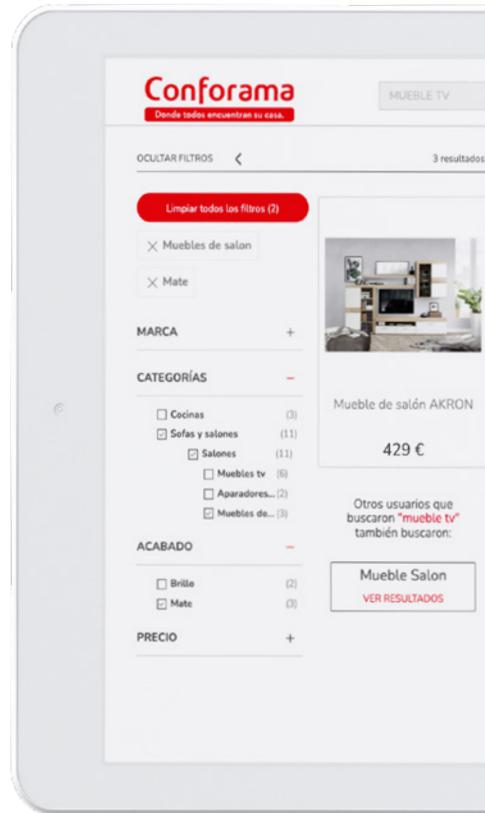
LANCER DES
RECHERCHES
COMME À LA
MAISON

Lorsque Conforama a abordé Empathy.co pour reconfigurer et redéfinir sa solution de recherche, l'objectif était clair: créer une expérience en ligne conviviale et engageante au sein de laquelle les acheteurs trouvent meubles et décoration à leur goût. Quels que soient la taille de l'article ou le détail des exigences, il était crucial de **développer un service de recherche intuitif, où les clients se sentent comme chez eux**. Conforama cherchait donc à créer une expérience à la fois fiable et digne de confiance que les clients auraient hâte de retrouver.

Compte tenu de l'éventail de pièces, de styles et d'ensembles proposé par Conforama, il fallait essentiellement permettre aux gens de découvrir l'option la plus adaptée à leur intérieur et de prendre des décisions. Le but? Créer un environnement numérique cosy qui s'ajuste mieux aux besoins des clients.

Avant d'entamer l'année 2022, Conforama avait décidé qu'il était temps de se démarquer et de favoriser un processus d'achat satisfaisant par une expérience aussi agréable en ligne que hors ligne.

L'objectif était d'élaborer une solution e-commerce de Search & Discovery intuitive et attractive, axée sur la confidentialité, qui permette aux acheteurs d'explorer numériquement les produits. La réponse, qui a remporté un vif succès, fut de migrer depuis Doofinder pour collaborer avec Empathy.co.



02

STRATÉGIE ET
MISE EN ŒUVRE

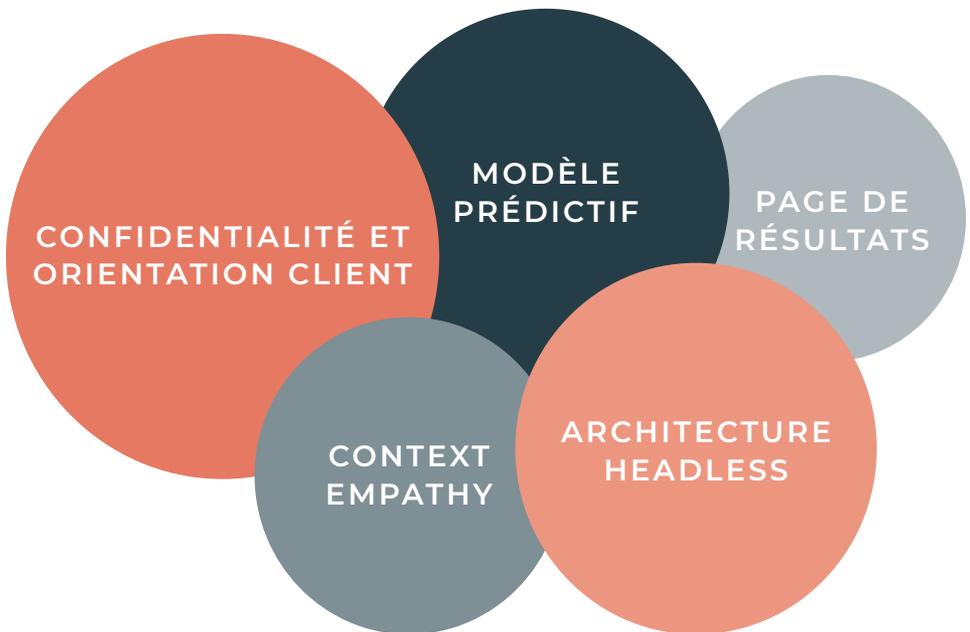


RENFORCER LA
CONFIANCE PAR
LA REPÉRABILITÉ

Lorsqu'il s'agit d'acheter des meubles, l'enjeu est de taille. Les clients potentiels sont ouvertement conscients du fait que ces acquisitions les accompagneront probablement pendant de nombreuses années. **Et ils ne feront aucun compromis** à l'heure de sélectionner les pièces avec lesquelles ils vont vivre, jour après jour.



La première étape consistait donc à exposer clairement les produits, à les classer par catégories et à les étiqueter afin de maximiser la repérabilité au sein du catalogue et que les clients de Conforama localisent efficacement ce qu'ils recherchent. Il s'agissait ensuite de définir les éléments Empathy.co à intégrer, afin de mettre en œuvre les dispositifs et les fonctionnalités d'une expérience de Search & Discovery centrée sur l'acheteur et conçue pour durer:



Confidentialité et orientation client

Le confort est le cœur de métier de Conforama, tant pour les expériences hors ligne qu'en ligne. **Préserver la confidentialité et protéger les données personnelles** tout au long du parcours client est donc impératif, quel que soit le mode d'achat choisi par le client.

Et c'est aussi un facteur de différenciation des solutions Search & Discovery d'Empathy.co.





Anonymisation des schémas de comportement:

Maintenues sur le dispositif local de l'utilisateur, les données sont uniquement lues, jamais stockées



Personnalisation éthique:

Aucune information personnelle identifiable (PII) n'est jamais stockée, même lors de la personnalisation des suggestions.



Données zero-party:

Le système, en lecture seule, exploite exclusivement les informations que l'acheteur choisit de partager, telles que ses intérêts et ses interactions.

Les clients contrôlent et s'approprient leurs données, ce qui garantit une relation basée sur le «trust-by-design».

Conforama souhaitait **offrir à ses clients une expérience plaisante** et comprendre leurs besoins sans acquérir d'informations de manière intrusive ou abusive.

Empathy.co s'est avéré être la **solution de confiance** offrant un parcours Search & Discovery sur mesure, sans compromis sur la personnalisation.



Modèle prédictif

Conforama a pu intégrer la personnalisation tout en veillant au respect et à la protection des données des acheteurs grâce au **modèle prédictif** d'Empathy.co, qui entre en action avant même l'exécution de toute recherche.

En se basant sur la sagesse des foules, les produits tendances et les suggestions automatiques, les clients reçoivent **des recommandations et des résultats personnalisés**, sans renoncer au contrôle de leurs données personnelles.

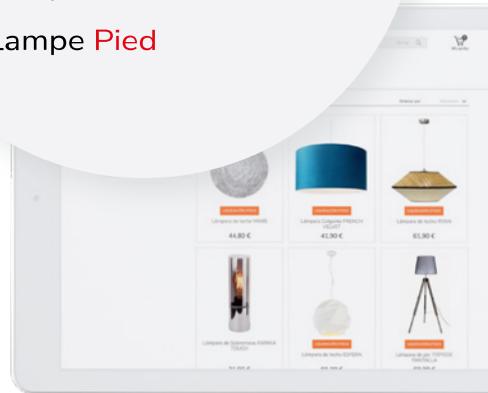
LAMPE PLAFOND

Lampe **Plafond**

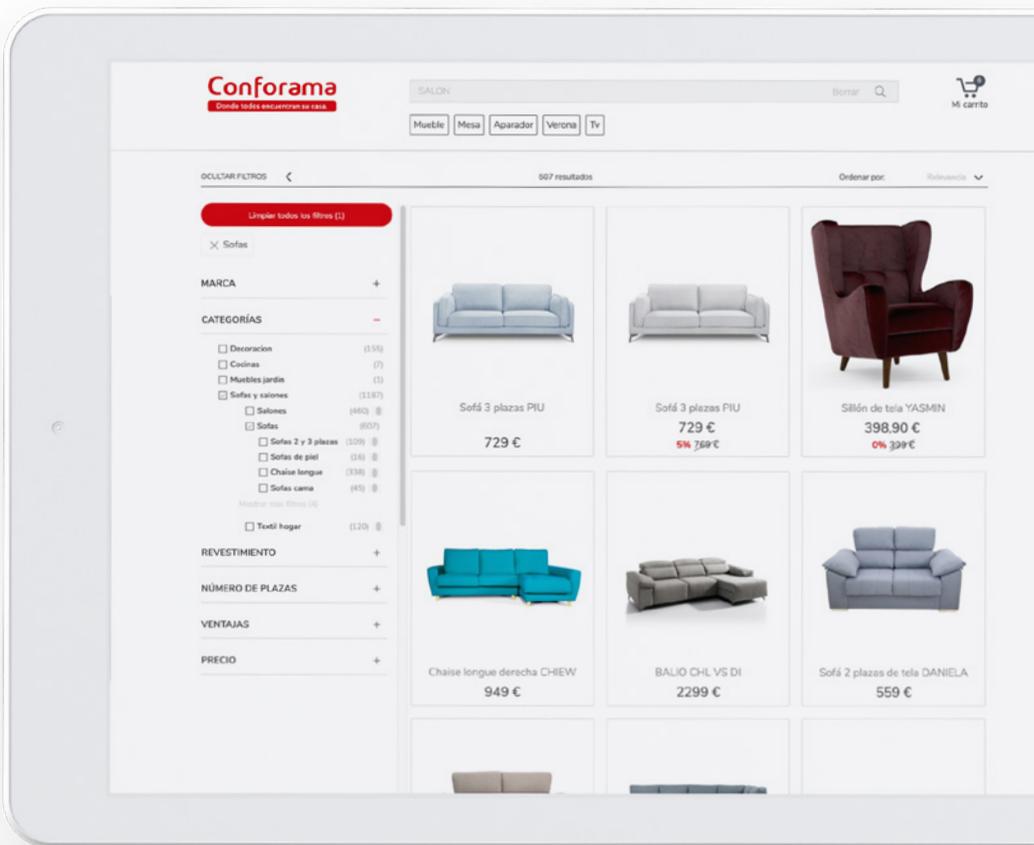
Lampe **Suspendue**

Lampe **Table**

Lampe **Pied**



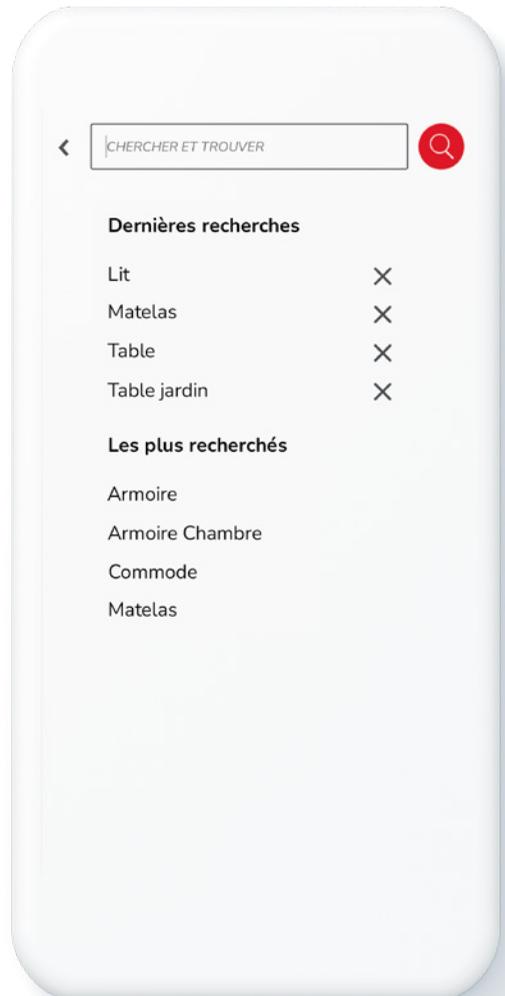
La recherche verticale permet d'affiner les résultats des requêtes en fonction de la catégorie, par exemple, *Meubles de salon* puis *Canapés*. Les acheteurs obtiennent ainsi rapidement ce qu'ils recherchent.



Le fait d'offrir des suggestions sous le champ de recherche incite les acheteurs en ligne à s'engager dans le processus de recherche avant même de commencer à taper.

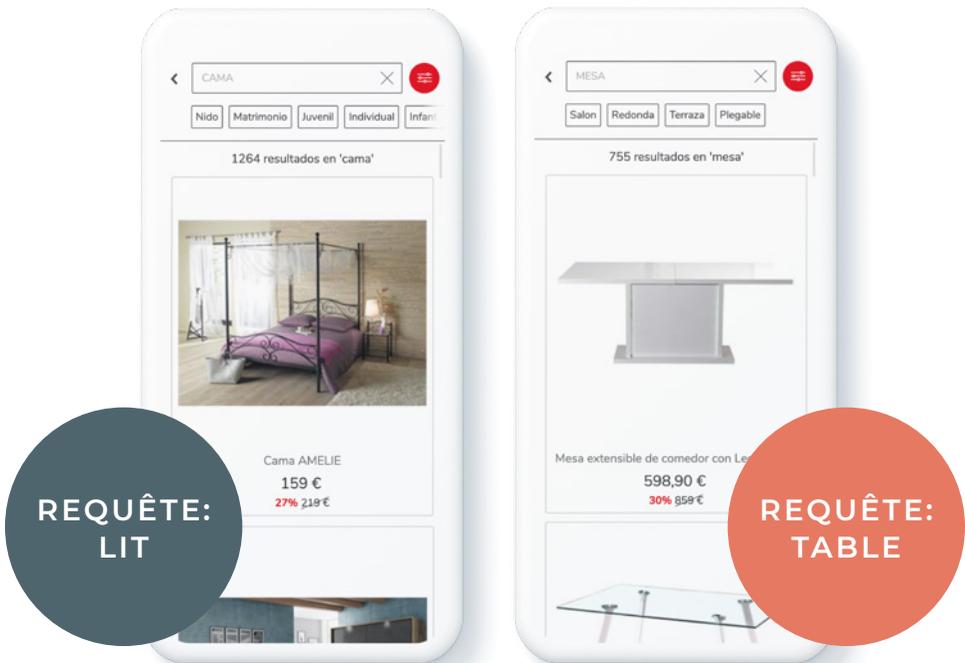
Les Recherches populaires et Recommandations

s'affichent pour tous les visiteurs du site, et ceux qui reviennent peuvent reprendre là où ils s'étaient arrêtés. Qu'il s'agisse d'anticiper les besoins ou de rappeler aux clients ce qu'ils cherchaient, le Modèle prédictif est un élément crucial de l'expérience d'achat en ligne Conforama.



Page de résultats conversationnelle

Une fois que les acheteurs commencent à explorer l'offre de produits de Conforama à l'aide du Champ de recherche, la page de résultats du moteur de recherche (SERP) entre en jeu. **Les Filtres dynamiques innovants** d'Empathy.co montrent aux clients les termes associés selon la requête saisie, leur permettant d'affiner les résultats sans avoir à taper ou à parcourir une longue liste d'options sans rapport. Des suggestions de filtres connexes couramment appliqués apparaissent également, **ce qui constitue un gain de temps pour moins d'efforts**. Par exemple, si un acheteur cherche un *lit*, les Filtres dynamiques incluent des termes tels que *queen*, *king*, *jumeau*, *berceau*, *protecteur* et *alèse*, des produits qui n'apparaîtraient pas si le terme de recherche était *table*.



Les acheteurs peuvent aussi facilement restreindre leur recherche grâce à une sélection de filtres et de Tags associés, et ils découvrent ainsi des produits qu'ils n'auraient peut-être pas vus autrement. Les avantages sont doubles: renforcer la confiance et favoriser la découverte. Donner aux clients la possibilité d'adapter la SERP à leurs besoins **accroît la confiance, crée une relation privilégiée avec la marque et encourage l'exploration du catalogue.**

Empathy Context: observer la pièce pour obtenir des résultats

Afin d'offrir à ses clients des résultats précis et pertinents, Conforama utilise **Empathy Context pour analyser les requêtes et mettre à jour des patrons de recherche via IA**. Les modèles comportementaux sont complètement anonymisés et fonctionnent sur la base de données recueillies à partir des requêtes précédentes.



Cela permet d'extraire et de présenter des résultats précis. En suggérant des termes clés recommandés, les clients bénéficient d'un parcours accéléré qui répond à leurs besoins, avec les résultats les plus pertinents sur la première SERP. **Améliorer la réparabilité a renforcé la crédibilité de la marque** et rationalisé l'expérience d'achat globale des clients de Conforama.



Redéfinir la fonction Recherche en temps réel avec l'architecture headless

Avec Empathy.co, aucun codage n'est requis pour gérer et moduler la configuration de la fonction Recherche.

La liberté offerte par cette solution sans code permet aux responsables de l'e-commerce de mettre en œuvre des changements à tout moment, sans besoin d'assistance technique.

L'agilité est primordiale pour adapter et contrôler la fonction Recherche. Vous garantissez ainsi une expérience d'achat alignée sur les tendances du marché, les demandes des consommateurs, les préférences commerciales et les suggestions des marques.

Cette **approche headless et API-first** qui sépare le front-end du back-end est prise en charge et alimentée par l'application d'une série de microservices parmi lesquels les marques peuvent choisir. Extensible et adaptable, la solution Empathy.co est ainsi **idéale pour faciliter et optimiser le contrôle des catalogues et des requêtes**, quel que soit le niveau informatique des membres de l'équipe. Mettre en place une architecture flexible a permis à Conforama de:



Personnaliser leur parcours
Search & Discovery



Bénéficier d'une mise en œuvre
flexible et de mises à jour agiles



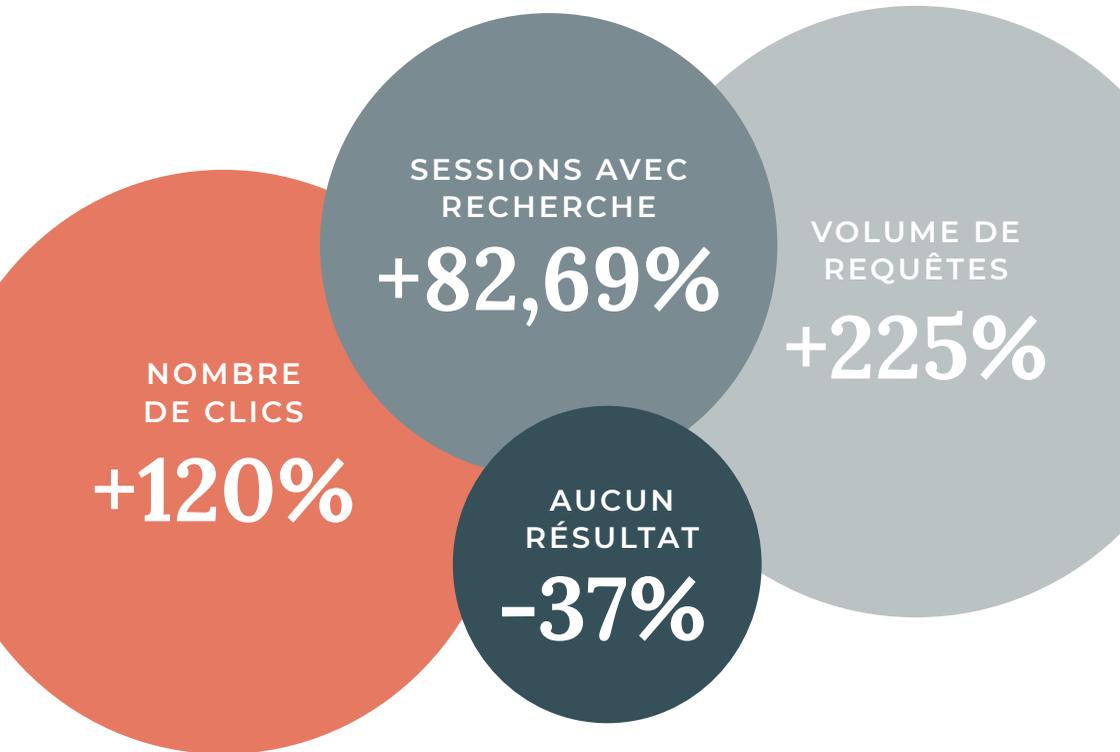
Communiquer un sentiment de
proximité et de transparence
aux clients

03
RÉSULTATS



UNE EXPÉRIENCE
DE RECHERCHE
CONVIVIALE ET
CAPTIVANTE

La migration de Conforama vers Empathy.co, lancée en novembre 2021, s'est accompagnée d'une amélioration considérable des performances et de l'activité de recherche. Une augmentation massive des requêtes et des clics a été constatée, ainsi que de la précision de l'expérience de recherche, tout comme une chute critique des requêtes Aucun résultat:



A photograph of two women sitting on a light-colored sofa. The woman on the left has dark curly hair and is wearing a white short-sleeved shirt and dark pants. The woman on the right has long blonde hair, wears glasses, a white short-sleeved shirt, and a necklace. They are both smiling and looking towards each other. Two dogs are on the sofa: a white dog in the center and a brown dog on the right. The background is a plain, light-colored wall.

04
RÉSUMÉ

UNE EXPÉRIENCE
DE DÉCOUVERTE
INDISPENSABLE
POUR LE
DOMICILE

La décision de Conforama de migrer leur Search & Discovery vers Empathy.co permet désormais à ses clients de découvrir des produits qui correspondent plus précisément à leurs requêtes, tout en rencontrant moins de pages de résultats vides. Les acheteurs bénéficient **d'une expérience améliorée et engageante** qui leur donne le contrôle de leurs données, ainsi que de leur parcours de Search & Discovery.

CHERCHER ET
EXPLORER



CONCEVOIR ET
DÉCOUVRIR



«Migrer notre recherche commerciale vers Empathy.co a permis à nos acheteurs de bénéficier d'une expérience simplifiée et engageante qui encourage la découverte sans susciter de préoccupations quant à la confidentialité des données».

Raúl Regalado

Ecommerce Manager
CONFORAMA



Comment pouvons-nous améliorer le Search & Discovery
de votre marque?

[Contactez-nous et faisons le point ensemble!](#)



EMPATHY.CO

LONDON | NEW YORK | ASTURIAS | GALICIA