

Communiqué de presse

25 octobre 2017



Keyrus Digital accompagne Home Shopping Service dans la création du nouveau site M6 Boutique

Home Shopping Service a confié à l'Agence digitale du Groupe Keyrus une mission d'accompagnement pour la refonte de son site m6boutique.com, destinée à séduire une nouvelle cible plus connectée, tout en fidélisant sa clientèle actuelle.

Levallois-Perret, le 25 octobre 2017 – **Keyrus**, acteur international dans les domaines de la Data Intelligence, du Digital ainsi que du Conseil en Management et Transformation des entreprises, annonce avoir accompagné **Home Shopping Service**, du pôle de vente à distance du **Groupe M6**, dans la refonte de son site m6boutique.com.

Offrir une nouvelle expérience d'achat en ligne

M6 Boutique est l'un des principaux acteurs de la distribution multicanale en France, au travers de son modèle unique (télévision, digital, catalogue et magasins physiques). Aujourd'hui, le point de contact avec les clients n'est plus que la télévision. Le comportement du consommateur évolue : la part des achats sur le web augmente de 10 points chaque année, et ses clients consultent de plus en plus leur smartphone et leur tablette lorsqu'ils regardent l'émission. Pour accompagner cette évolution des usages et accélérer le développement de ses ventes, la société décide de refondre son site e-commerce.

« Nous voulions offrir à nos clients une expérience d'achat qui puisse rivaliser avec la relation personnalisée dont ils bénéficient à travers notre centre de contacts depuis des années », commente **Isabelle Fournier**, Directrice Générale adjointe de **Home Shopping Service**. *« L'objectif était aussi de conquérir une nouvelle cible plus connectée, avec un site inspirant, plus riche en contenus ».*

Home Shopping Service lance donc un appel d'offres pour sélectionner le partenaire qui l'accompagnera sur ce projet et consulte une dizaine d'entreprises très diverses, tant par la taille que par le positionnement. **Keyrus** remporte le contrat en mobilisant son expertise sur l'outil e-commerce utilisé par le site, Endeca, mais également en s'impliquant fortement dans la partie créative, avec une proposition graphique séduisante, intégrant la nouvelle image de marque du Groupe. Les équipes de **Keyrus** répondent également aux attentes de la DSI, qui

www.keyrus.com

souhaite conserver la maîtrise du projet et travailler en mode collaboratif avec les autres Directions.

La méthodologie proposée par **Keyrus** intègre une phase d'étude préalable du comportement client à travers une méthodologie de Design Thinking. Après avoir défini les personas pour placer le client au cœur de la réflexion stratégique, de nouveaux parcours sont proposés et testés sur des maquettes redesignées intégrant une palette graphique moderne.

Des spécificités commerciales à intégrer dans le parcours d'achat

Parallèlement à cette phase de refonte graphique, les experts de **Keyrus** s'attaquent à la prise en compte des règles de gestion. Les aspects de cross-sell et d'up-sell, très performants à travers le centre de contacts, se révèlent complexes à intégrer dans le cadre d'un site e-commerce. Plusieurs propositions sont faites par **Keyrus** pour insérer ces notions dans l'ergonomie du site, directement au niveau des fiches produits. Le projet prévoit également d'intégrer une personnalisation de la navigation en fonction de l'appartenance ou de la non-appartenance du client au "Club fidélité".

L'équipe en charge du projet choisit aussi de remettre à plat l'arborescence du catalogue avec un objectif de performance SEO. « **Keyrus** était le seul prestataire à apporter cette approche SEO dans le projet, en prévoyant notamment un plan de bascule pour ne pas repartir de zéro au lancement du nouveau site », explique **Olivier Savaète**, Directeur des Ventes Digitales de **Home Shopping Service**. « Leur plan d'action prévoyait également de nous assurer une présence sur les recherches de type longue traîne, un gain supplémentaire non négligeable en termes de trafic ».

Un site e-commerce plus interactif et riche en contenus

Les fonctionnalités et l'ergonomie du nouveau site cassent les codes de la vente en ligne. La mise en valeur de l'offre permet à présent d'afficher une liste de produits personnalisée selon les envies du client. « **Keyrus** nous a proposé une ergonomie originale, loin du schéma classique de recherche de produit par catégorie. Avec notre "moteur à envies", nous interrogeons le visiteur sur ses désirs et lui proposons des offres auxquelles il n'aurait peut-être pas pensé dans un mode de recherche classique », précise **Olivier Savaète**.

Le site intègre également beaucoup plus de contenus, incorporés à l'arborescence produit, afin de proposer une expérience plus proche d'un webzine et d'optimiser son référencement naturel. Le visiteur s'informe, se divertit et passe ainsi plus de temps à naviguer sur le site. Autre élément important du projet, le site est entièrement créé en responsive design afin de proposer une expérience homogène tout au long du parcours de navigation et d'achat, quel que soit le terminal utilisé.

Une double compétence, créative et technique, au profit d'une méthode Agile

Pour ce projet d'envergure, **Keyrus** a mobilisé des équipes aux expertises complémentaires sur les aspects techniques et créatifs. « La collaboration a été bien plus simple que si nous avions fait appel à deux sociétés, une agence web et un intégrateur technique. De plus, **Keyrus** a parfaitement maîtrisé et mis en application la méthodologie de projet en mode Agile, ce qui a

www.keyrus.com

*permis d'optimiser l'ensemble de l'organisation, aussi bien en termes de délais que de ressources », ajoute **Olivier de Montalembert**, DSI de **Home Shopping Service**.*

*« Ce projet ambitieux a été l'occasion pour **Keyrus** de démontrer la complémentarité de notre savoir-faire et notre capacité à innover aussi bien d'un point de vue technique que créatif », commente **Yannick Gonnet**, Directeur Conseil Digital chez **Keyrus**. « Ce nouveau site **M6 Boutique** suit la stratégie multicanale impulsée par le **Groupe M6** et remplit toutes ses promesses, à savoir proposer une expérience utilisateur moderne permettant à la fois de fidéliser sa clientèle existante et de conquérir une nouvelle cible plus connectée ».*

A PROPOS DE KEYRUS

Keyrus, créateur de valeur à l'ère de la Data et du Digital

Acteur international du conseil et des technologies, spécialiste de la Data et du Digital, **Keyrus** a pour mission d'aider les entreprises à tirer profit du paradigme de la Donnée et du Numérique pour accroître leur performance, faciliter et accélérer leur transformation et générer de nouveaux leviers de croissance, et de compétitivité.

Plaçant l'innovation au cœur de sa stratégie, **Keyrus** développe une proposition de valeur unique sur le marché autour d'une offre novatrice qui s'appuie sur la combinaison de trois expertises majeures et convergentes :

- Data Intelligence
Data Science - Big Data & Cloud Analytics – Business Intelligence – EIM – CPM/EPM
- Digital Experience
Innovation & Stratégie Digitale – Marketing Digital - DMP & CRM – Commerce Digital – Performance Digitale – User Experience
- Conseil en Management & Transformation
Stratégie & Innovation – Transformation Digitale – Pilotage de la Performance – Accompagnement des Projets

Présent dans une quinzaine de pays et sur 4 continents, le Groupe Keyrus emploie 2 800 collaborateurs. **Keyrus** est coté sur le compartiment C de l'Eurolist d'Euronext Paris (Compartiment C/Small caps - Code ISIN: FR0004029411 – Reuters : KEYR.PA – Bloomberg : KEY:FP)
Plus d'informations sur : www.keyrus.fr

CONTACTS PRESSE

LEWIS

Sarah Finot
Tél. : 01 85 65 86 45
sarah.finot@teamlewis.com

KEYRUS

Félix Bassous
Tél. : 01 41 34 10 00
rp-keyrus@keyrus.com

www.keyrus.com