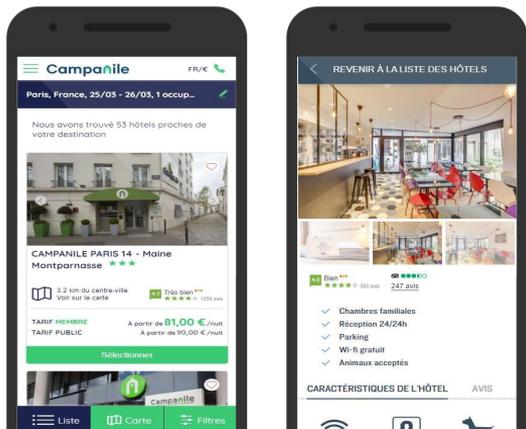


Louvre Hotels améliore jusqu'à 30% ses conversions grâce à la recherche utilisateur



Louvre Hotels Group fait parti du groupe Jin Jiang International, 2^e groupe hôtelier mondial, avec des marques phares comme Première Classe, Campanile, Kyriad et Golden Tulip.



Le challenge

Avec plus de 60% des sessions web venant du mobile, Louvre Hotels Group porte un intérêt stratégique à proposer la meilleure expérience mobile à ses clients, ce qui a motivé la refonte de tous ses sites pour migrer vers une architecture commune.

L'approche

La migration s'étant accompagnée d'une refonte graphique, il était nécessaire de confronter cette nouvelle interface à l'avis des clients fréquents de Louvre Hotels Group. Dans le cadre de leur collaboration avec Google, il fut organisée une journée de Test Utilisateur riche en enseignement pendant laquelle 5 voyageurs d'affaire au profils variés ont eu l'occasion d'éprouver les nouveaux parcours de Kyriad et d'exprimer leurs irritants. L'après midi fut consacrée à l'élaboration d'un plan d'action prenant en compte les retours de ces utilisateurs.

Les résultats

Suite à cette journée de Test Utilisateur, les équipes Web de Louvre Hotels Group ont adopté et industrialisé cette méthodologie de Recherche Utilisateur si efficace pour améliorer leurs parcours, en organisant plusieurs ateliers similaires et en s'équipant d'une solution de test utilisateur à distance.

Le résultat pour les utilisateurs ? Des parcours ultra-fluides répondant totalement à leurs attentes.

L'intérêt pour les équipes Louvre Hotels Group ? Une feuille de route de tests A/B légitime et pertinente, car directement alimentée par les retours de leur clients.

Et les résultats business sont au rendez vous : jusqu'à +30% de taux de conversion grâce à l'ajout de certaines fonctionnalités clés demandées par les utilisateurs.

Les prochaines étapes ? Continuer à optimiser leurs parcours, avec un point d'attention sur le tunnel de réservation et les réductions liées à l'offre de fidélité "Flavour Instant Benefit".

“Nos clients exigent une expérience intuitive et sans-couture sur nos sites. Notre apprentissage des méthodologies de Test Utilisateur a été déterminant afin de recueillir leurs besoins et coller au mieux à leurs attentes”

— Thibaud CIARAVINO - Lead Product Owner Web & App
- Louvre Hotels Group

+30%

Taux de conversion suite à une navigation simplifiée

+10-70%

Plus d'usage des filtres et de la vue Carte sur les résultats de recherche

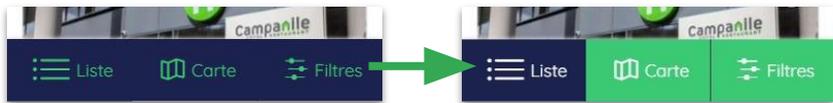
Louvre Hotels Group became an expert on User Testing and launched successful A/B tests


All devices



Wording Change on promo offers
+31,4% CTR
+2,6 % CVR


Mobile only



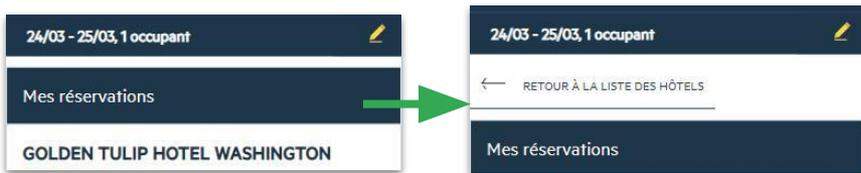
Easier to read bottom menu
CTR : +10% Map, +70% Filter, +31% List
+1,5% CVR


Mobile only



Add a back button and a sticky button on hotel page
+5,8% CVR


All devices



Add a back button in the checkout funnel
+30% CVR