

# 3<sup>ÈME</sup> ENQUÊTE ANNUELLE A/B TESTING & PERSONNALISATION

TENDANCES, CHALLENGES, STRATÉGIES, GOUVERNANCE EN 2016

Enquête réalisée par pour en partenariat avec



des marketeurs pensent que l'optimisation de l'expérience de leurs visiteurs est indispensable



4 marketeurs sur 5 sont convaincus que l'optimisation de l'expérience commence par l'analyse et la compréhension des données visiteurs

## LA PERSONNALISATION SE RÉPAND EN 2016



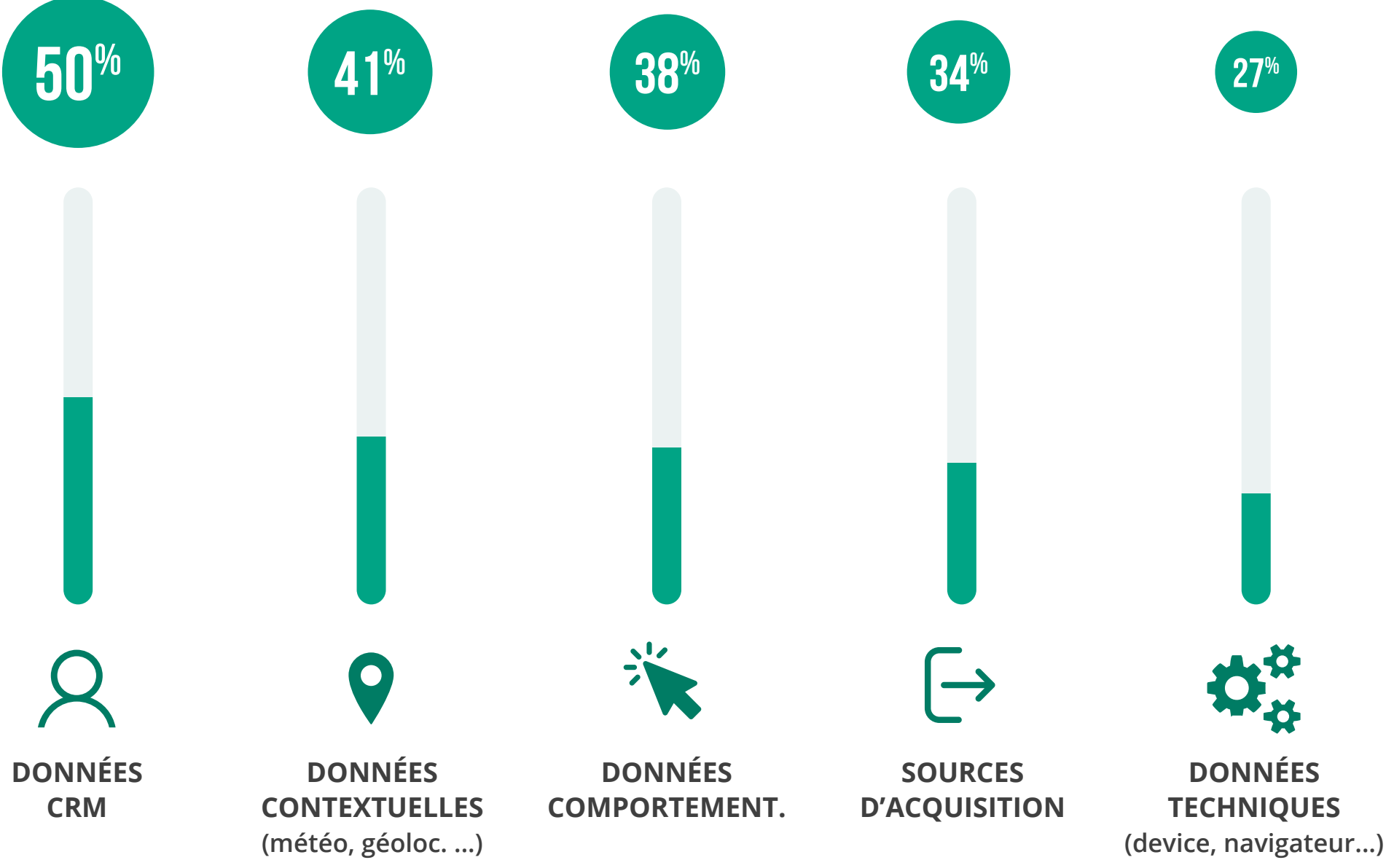
des entreprises personnalisent déjà l'expérience de leurs visiteurs ou ont un projet de personnalisation à court terme



## SUR QUOI REPOSE LA PERSONNALISATION ?

La compréhension des besoins et attentes de ses visiteurs pour leur créer des expériences sur-mesure

## POUR LA PERSONNALISATION, LA SEGMENTATION DES VISITEURS SE FAIT MAJORITAIREMENT SUR :



des marketeurs font de l'A/B testing

Soit 20% de plus qu'en 2015

## Sur les sites à fort trafic, l'A/B testing est devenu une pratique standard



des sites à plus de 1 million de visiteurs font de l'A/B testing

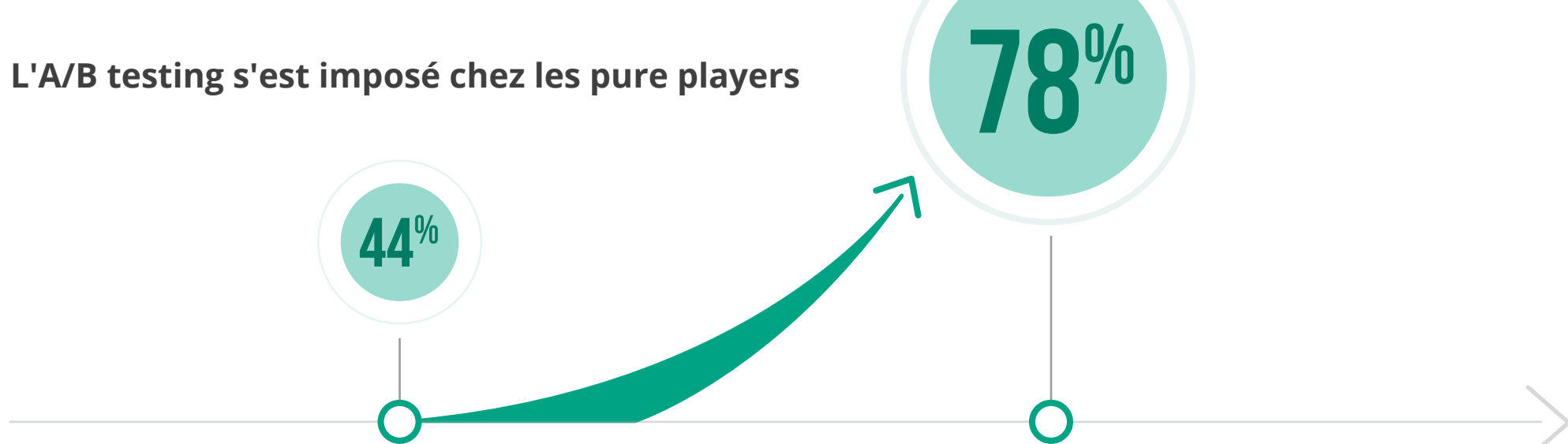
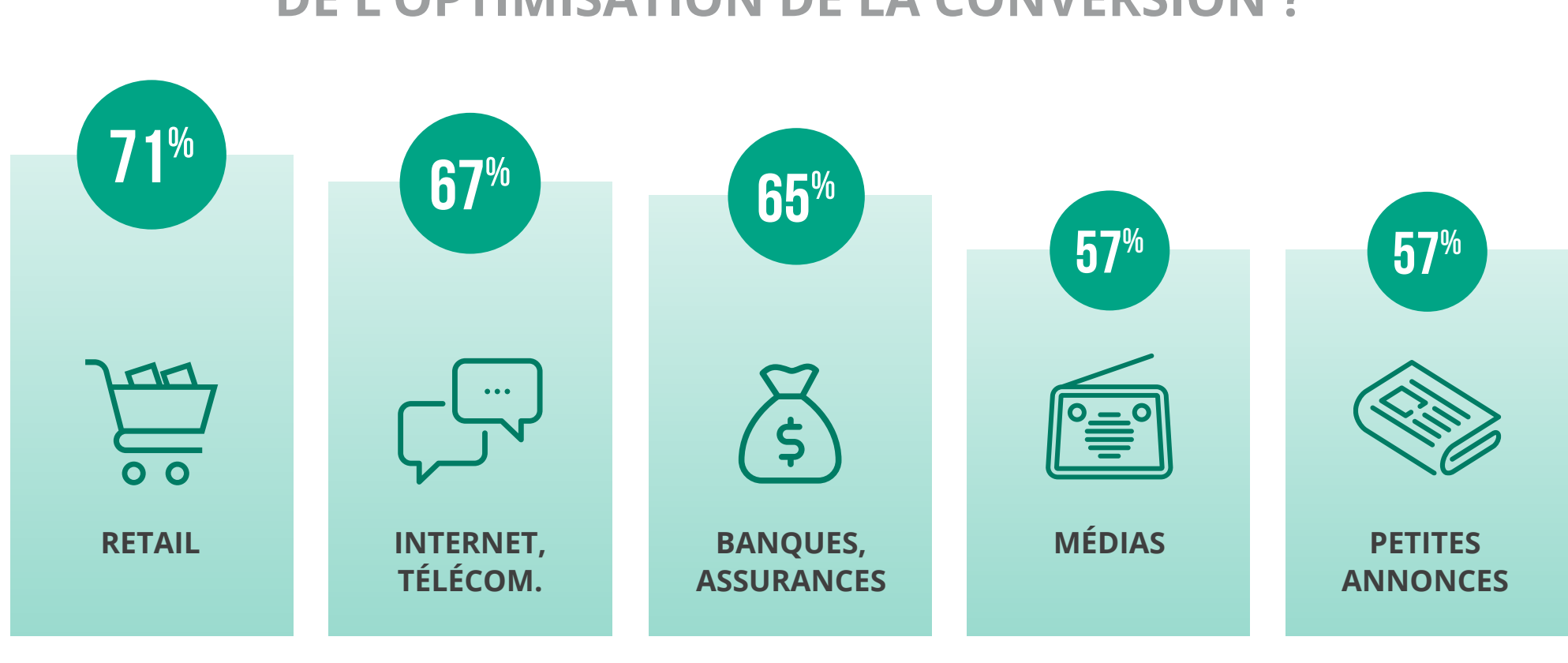


des sites lancent + de 10 tests A/B par an

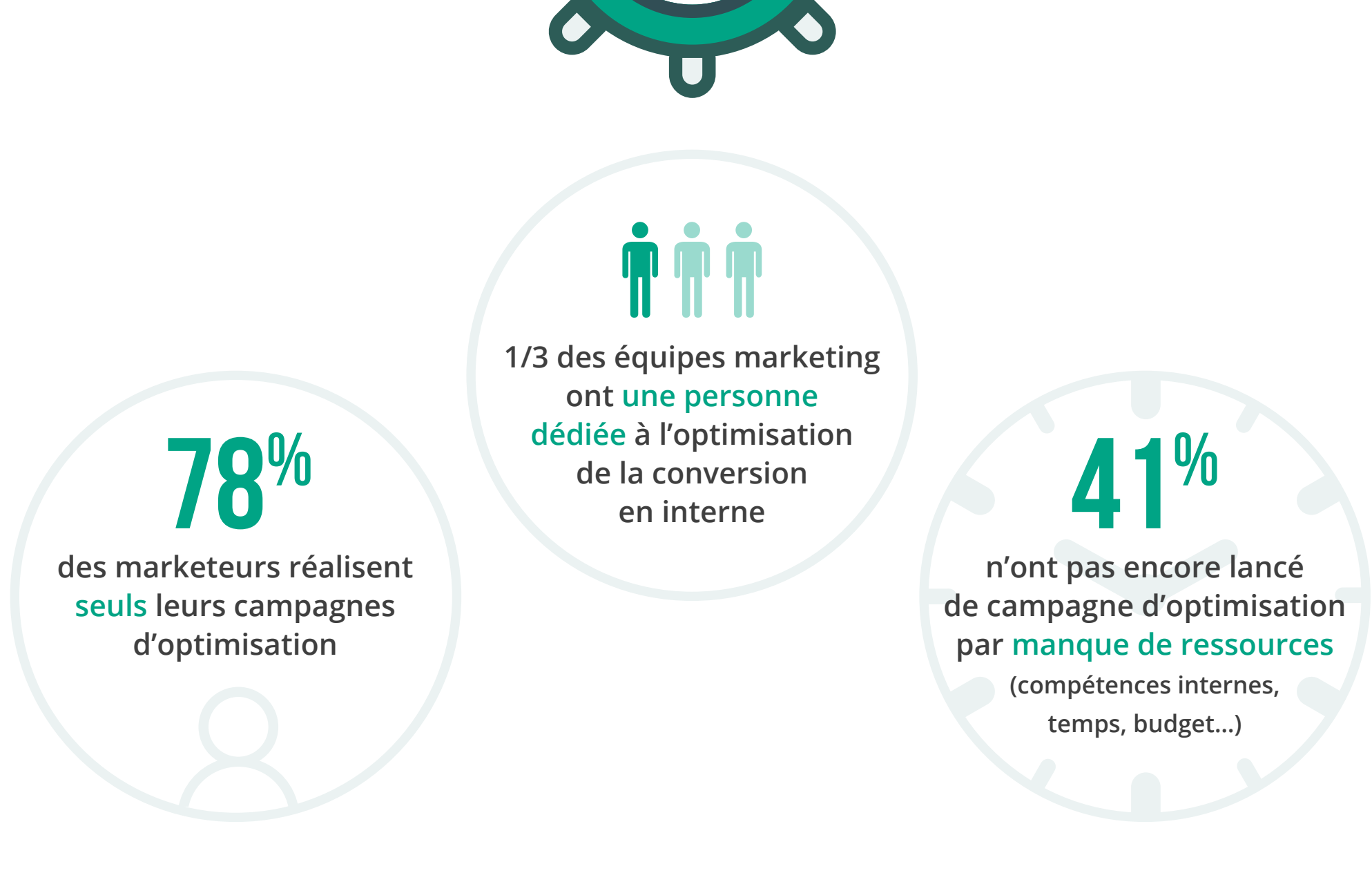
## POUR QUELLES RAISONS FAIT-ON DE L'A/B TESTING ?



## DANS QUEL SECTEUR FAIT-ON DE L'OPTIMISATION DE LA CONVERSION ?



## PILOTAGE DE LA STRATÉGIE D'OPTIMISATION



## FACTEURS CLÉS DE LA RÉUSSITE D'UNE CAMPAGNE D'OPTIMISATION

