

LE CONTEXTE

n°1 Cofidis.be, n°1 du crédit à la consommation sur Internet

Deux populations : les francophones et les flamands

25 Spécialiste du crédit à distance depuis 25 ans

Un template identique pour tous les produits financiers

LE DÉFI

“ Suite à nos précédentes campagnes d’optimisation sur le site et les pages produits, je souhaiterais améliorer le taux de conversion du formulaire de demande en ligne. ”

Nicolas NAZE, Responsable web

Le formulaire permet d’effectuer une demande de souscription à un produit financier en ligne. Cette demande fait ensuite l’objet d’une acceptation ou d’un refus. Il est donc primordial de contrôler la qualité des leads générés pour s’assurer de la performance des évolutions.

LA RECO

- Améliorer la visibilité des aides à la saisie sur les champs complexes
- Accentuer la rassurance (design dans la continuité de la fiche produit, récapitulatif de la demande, web-call back et confidentialité des données)
- Augmenter l’impact des éléments d’incitation (ex : call-to-action)

VERSION ORIGINALE

LA RÉALISATION

- 4 versions mises en compétition face à l’original (variantes : formulaire à gauche ou à droite du récapitulatif, template avec ou sans header)
- Campagne de test A/B/C/D/E pendant 4 semaines

VERSION GAGNANTE

LES RÉSULTATS



UTILISABILITE

La mise en adéquation du design du formulaire avec le reste du site facilite le process de demande en ligne du prospect en évitant toute rupture dans son parcours.

WALLONS & FLAMANDS

Comme à l’issue du premier test, un différentiel est présent entre les prospects francophones et flamands. La version ci-contre est celle présentant le meilleur résultat combiné sur les deux cibles.

QUALITÉ DES LEADS

L’analyse détaillée des leads générés via la version gagnante indique un taux d’acceptation iso à la version originale.

