

CAS CLIENT – BRICOZOR

# Avis clients et Q&A : comment Bricozor s'appuie sur ses clients pour co-construire leur expérience ?



CAS CLIENT – BRICOZOR

# Client



**Bricozor est un pure player spécialisé en bricolage et quincaillerie.**

Sur son site e-commerce, ce sont plus de 600 marques et 55 000 articles qui viennent réjouir les bricoleurs français.

En coulisses, l'entreprise Normande emploie une trentaine de personnes dont l'objectif commun est le suivant : **“proposer les meilleurs produits et servir avec soin les clients”**

Pour soigner le service apporté aux clients, mais aussi l'expérience délivrée tout au long du parcours d'achat, Bricozor peut compter sur Avis Vérifiés by Skeepers.

Aujourd'hui, la marque s'appuie sur deux outils complémentaires : les avis post-achat et les Questions&Réponses.





## SECTEUR D'ACTIVITÉ

Maison & Jardin



## SITE WEB

[www.bricozor.com](http://www.bricozor.com)



## CLIENT AVIS VÉRIFIÉS DEPUIS

2016



## PRODUITS AVIS VÉRIFIÉS

Avis site - Avis produit - Q&A

### Pierre GRINCHELEAU

Responsable Acquisition

Notre collaboration avec Avis Vérifiés by Skeepers a commencé en 2016, avec la solution de collecte d'avis post-achat. Fin 2020, nous avons complété notre dispositif d'écoute client par l'implémentation de l'outil Questions & Réponses au sein de nos fiches produits. Ce sont 2 leviers complémentaires pour faire résonner la Voix du client !



# Challenges



## Renforcer la qualité des expériences proposées

Collecter, gérer et diffuser la Voix du client a toujours été une priorité pour Bricozor. Grâce aux deux outils complémentaires utilisés aujourd’hui, l’objectif est de **tendre vers une meilleure qualité, à tous les niveaux.**

Qu’il s’agisse d’**améliorer les processus mis en place, les produits proposés ou les contenus présents sur le site web**, les avis clients et l’outil Q&A sont de véritables leviers pour l’entreprise. Avec cette démarche d’écoute client, le pure player agit tout au long du parcours client. La qualité des expériences en ligne est optimisée aussi bien avant l’achat (par exemple, en rassurant les internautes grâce aux Questions&Réponses) qu’après l’achat (en identifiant les différents niveaux de satisfaction, grâce aux avis clients).



# Challenges



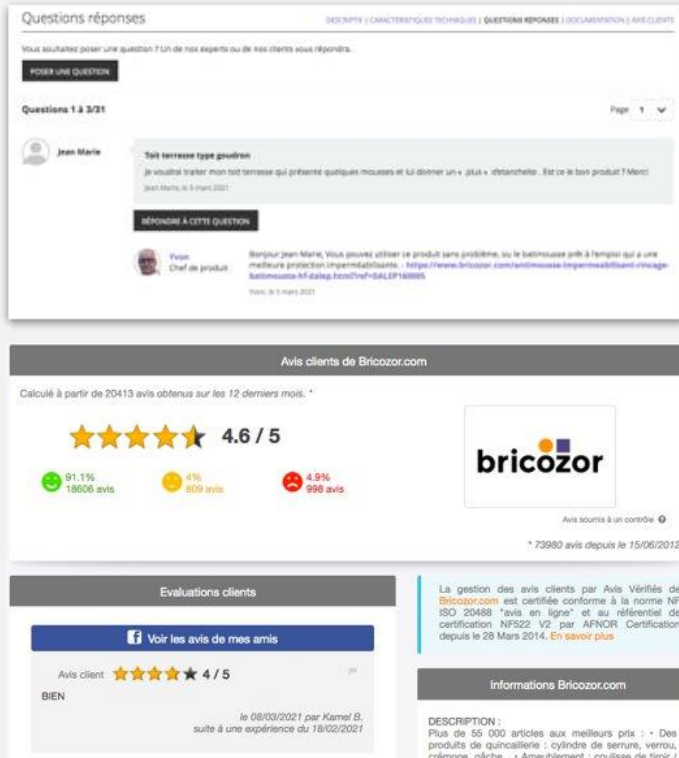
## Identifier les axes d'amélioration prioritaires

*“Avec Avis Vérifiés by Skeepers, nous prenons le pouls de notre clientèle. L'écoute active nous permet d'**évaluer et de monitorer le niveau de satisfaction générale**. Cette démarche centrée sur le client nous aide à prioriser les différentes actions de notre stratégie.”*

Par ailleurs, l'entreprise relève le challenge d'**utiliser la Voix du client pour identifier les différents projets à prioriser**. Les avis collectés en post-achat ou les questions reçues de la part des internautes servent d'indicateurs pour monitorer les futurs chantiers du pure player.



# Solutions



## Deux outils, un seul tiers de confiance

Le déploiement de Avis Vérifiés by Skeepers passe par deux solutions :

- **La collecte d'avis site et produit.** Cette solution permet de solliciter le retour d'expérience des clients en post-achat. Depuis sa mise en place en 2016, les avis clients font partie intégrante de la stratégie de l'entreprise.
- **Les Questions & Réponses (outil Questions & Answers).** Intégrée au sein des fiches produits, cette fonctionnalité permet aux internautes d'interagir avec la communauté de clients ou la marque par le biais de questions/réponses.



# Solution



**Soigner ses fiches produits pour multiplier leur impact.** Grâce au pouvoir des étoiles et des Questions&Réponses, Bricozor a pu renforcer la qualité de ses fiches produits... Mais aussi booster le trafic et favoriser la conversion.

Premièrement, le pure player peut **s'appuyer sur les étoiles obtenues lors de la collecte d'avis clients post-achat.** Les étoiles sont insérées au sein des vignettes Google Shopping, ce qui améliore la visibilité des produits. Avec des étoiles correctement balisées, le groupe peut profiter de pages produits optimisées, qui ressortent facilement dans les résultats de recherche Google. Le référencement naturel de l'entreprise et de ses fiches produits est maximisé !

Deuxièmement, **l'outil Q&A contribue à l'optimisation des fiches produits.** Chaque question posée et chaque réponse apportée enrichit le contenu de la fiche en question. Pour les fiches produits avec Questions&Réponses, ce sont en moyenne 22 % de mots et contenus en plus qui sont comptabilisés.



# Solution



## Une gestion réactive et personnalisée de la voix du client

Les avis clients post-achat collectés sont traités par le service client. Dès qu'une note est inférieure ou égale à 3 étoiles sur 5, pas question de rester passif. **Bricozor répond de façon personnalisée aux clients**, dans un délai de 24 à 48h maximum.

Lorsque le pure player reçoit des questions via l'outil Q&A, la réactivité et la personnalisation sont également de mise. Cette personnalisation se traduit dans le fond de la réponse apportée (en moyenne, environ 15 % des questions nécessitent un avis d'expert très précis) comme dans la forme (lorsque des chefs de produit répondent, leur photo et prénom apparaissent pour humaniser l'échange).

Prochainement, le service client interviendra également pour répondre aux questions des internautes. L'objectif est de trouver un équilibre dans les expertises apportées, pour **proposer des échanges toujours plus qualitatifs et adaptés.**





# Résultats

+ 30%

## Avis clients collectés

C'est la **hausse du pourcentage d'avis site collectés** depuis la mise en place de la solution Avis Vérifiés by Skeepers. Dès les premiers mois, la solution a permis à Bricozor d'accélérer sa démarche d'écoute client.

+ 91%

## Clients satisfaits

C'est le pourcentage de **clients satisfaits** ayant attribué plus de 4 étoiles sur 5 à Bricozor. Plus de 9 clients sur 10 déclarent avoir vécu une expérience de qualité. La note moyenne de 4,6/5 est le symbole de cette satisfaction client délivrée !



# Résultats

**-2.2pts**

**+22%**

## Baisse du **taux de rebond**

C'est la **baisse du taux de rebond** constatée pour les fiches produits où des Questions&Réponses figurent. Cette corrélation montre que l'intérêt des internautes est décuplé lorsque des échanges authentiques de la part des clients et de la marque sont présents.

## Mots par **fiches produits**

C'est la **hausse du nombre de mots** constatée pour les fiches produits ayant collecté des Questions&Réponses. Avec plus de contenus en provenance des utilisateurs (UGC) et des réponses adaptées de la part de la marque, Bricozor renforce sa stratégie de référencement.



# Les prochaines étapes



## Les trois prochaines étapes

pour continuer de faire résonner la Voix du client sont les suivantes : Pour Bricozor, le déploiement des solutions Q&A et d'avis clients s'accompagnera prochainement de nouveaux challenges.

**1. Bricozor compte enrichir sa stratégie d'UGC, pour valoriser davantage la Voix des clients.**

En plus des contenus écrits (les avis post-achat et les échanges sous forme de Questions&Réponses), l'entreprise a noué un partenariat avec Teester, filiale du groupe Avis Vérifiés. L'objectif est de collecter des feedbacks vidéos, pour dynamiser les fiches produits. Pour poursuivre cette démarche, la prochaine étape sera de développer les contenus photos au sein des fiches produits.



# Les prochaines étapes



- 
2. L'entreprise va **poursuivre sa démarche de qualité, aussi bien sur les produits que pour l'expérience client au global**. Bricozor souhaite pousser l'analyse de ses avis produits pour **optimiser son offre**. En cas d'avis négatifs successifs, la stratégie serait d'identifier les points de friction, de travailler dessus et d'écouter les clients en supprimant certains produits des catalogues.

**En attendant la mise en place de ces projets, une chose est sûre : chez Bricozor, la parole des clients vaut de l'or !**





Avis  
Vérifiés

by  Skeepers

# Every Opinion Matters

[Réservez une démo](#)

