

ARTHUR

**Comment ARTHUR a augmenté
ses conversions grâce à la personnalisation
on-site et à la recommandation de produits**



Contexte

Arthur est une **marque française indépendante de vêtements d'intérieur, de sous-vêtements et de pyjamas** créée en 1983, qui affirme une identité joyeuse mêlant fantaisie quotidienne, élégance intemporelle et confort durable. Elle se distingue par des pièces intemporelles rehaussées d'une touche d'audace et d'humour visuel qui égayent le quotidien tout en restant chic et confortable, loin des tendances éphémères de la mode.

La marque met l'obsession de la qualité au cœur de sa démarche, privilégiant des matières soigneusement choisies comme le coton biologique pour garantir une longue durée de vie des vêtements. Elle valorise également un esprit de famille authentique, convivial et chaleureux, cultivé depuis ses débuts et transmis de génération en génération, ce qui se reflète dans la relation de confiance qu'elle entretient avec ses clients.

Pour faire passer sa stratégie digitale au niveau supérieur, Arthur collabore avec BEYABLE et SaleCycle depuis 2021 à travers deux leviers clés :



**La personnalisation
on-site en temps réel**



**La recommandation
de produits**

Challenges

En tant que marque de mode française,
Arthur doit faire face à :

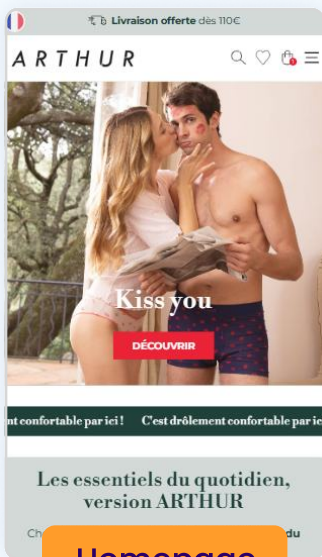
- 1 La pression combinée de la concurrence intense**
(notamment des géants du fast-fashion et des plateformes en ligne),
- 2 L'évolution rapide des attentes consommateurs**
vers la durabilité, l'éthique et l'expérience digitale,
tout en gérant la fragilisation du commerce physique
- 3 La nécessité d'innover sur les parcours d'achat omnicanaux** pour rester rentable et visible.

Pour relever ces challenges, Arthur avait besoin
d'une solution qui lui permette de :

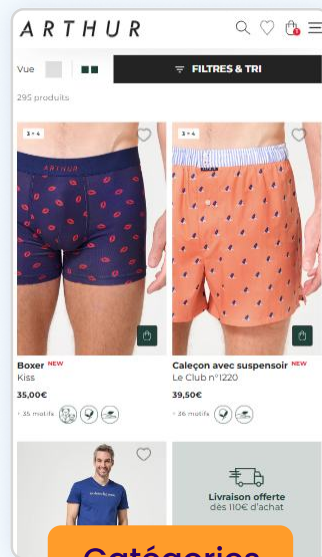
- 1 Personnaliser le contenu de son site**
à chaque étape du parcours visiteur, selon
le comportement de chaque acheteur potentiel
- 2 Augmenter drastiquement le taux de conversion** sur son site

La solution SaleCycle x BEYABLE

Pages clés :



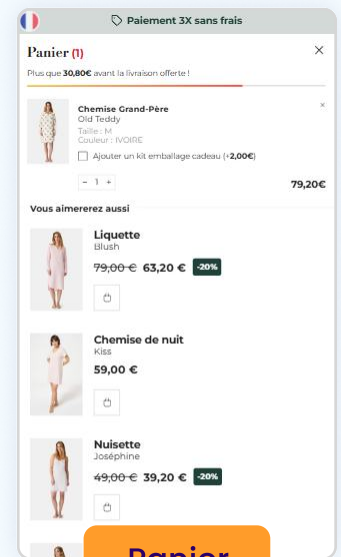
Homepage



Catégories



Pages produits



Panier

Leviers activés :



UX



Réassurance



Preuve sociale



Cross-sell



Personnalisation on-site

1 - GUIDE DES TAILLES EN PAGE PANIER

Pour Arthur, l'un des enjeux clés était de **lever l'hésitation en page panier**, souvent liée au **choix de la taille**, qui est également un facteur majeur de retours produits. Avec SaleCycle, la marque a mis en place une stratégie intelligente permettant de **détecter automatiquement l'ajout de produits en double dans le panier** (par exemple, une même chemise en deux tailles différentes).

À ce moment précis du parcours, un message contextuel s'affiche et met en avant le **guide des tailles**, incitant le visiteur à vérifier ses mensurations avant de finaliser son choix.

Panier (5)

PRODUIT	PRIX	QUANTITÉ
 Chemise Grand-Père Lola Taille : M Couleur : ROSE ♥ Enregistrer pour plus tard ☐ Ajouter un kit emballage cadeau (+2,00€)	79,20€	- 1 +
 Chemise Grand-Père Lola Taille : L Couleur : ROSE ♥ Enregistrer pour plus tard ☐ Ajouter un kit emballage cadeau (+2,00€)	79,20€	- 1 +

En cas de doute sur la taille, n'hésitez pas à consulter le [Guide des tailles](#)

Personnalisation on-site

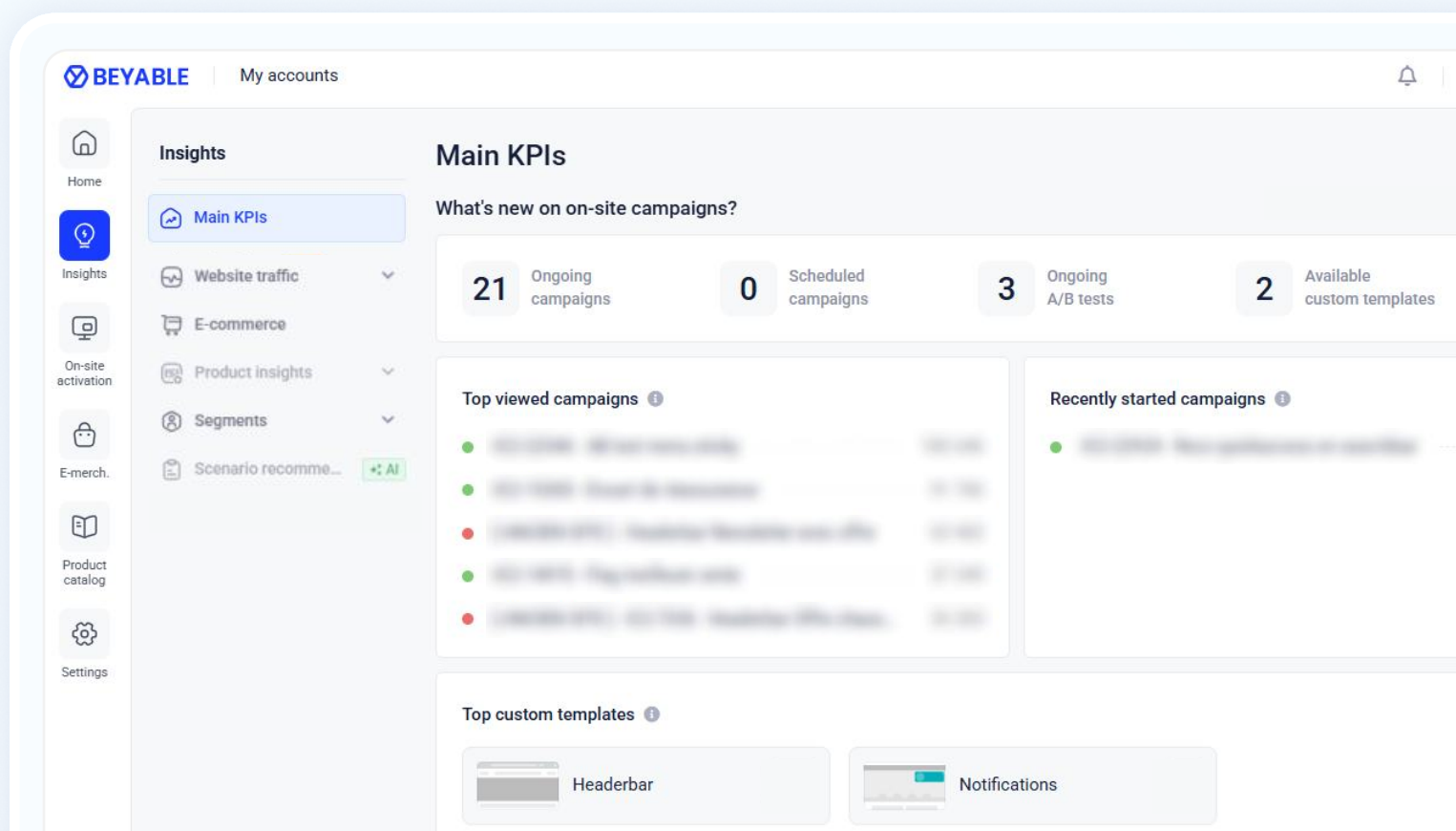
RÉSULTAT

Une expérience plus rassurante et utile, au bon moment. La marque a observé **une baisse significative des paniers « multi-tailles » et une amélioration du taux de conversion en page panier.**

En aidant les visiteurs à faire le bon choix dès l'achat, la campagne a également contribué à **augmenter la satisfaction client** et à réduire les coûts logistiques liés aux retours.

+18,46%
d'uplift sur le taux
de conversion

23,35%
de clics sur la suppression
du produit en double



Personnalisation on-site

2 - STRATÉGIE DE RÉTENTION CLIENT PERSONNALISÉE

Ici, nous intervenons sur un point critique du tunnel d'achat : **l'abandon en page panier**. Un signal d'intention de sortie est détecté lorsqu'un visiteur s'apprête à quitter le site sans finaliser sa commande. **Une popin de rétention** s'affiche alors instantanément, rappelant les produits encore présents dans le panier, accompagnés d'un CTA clair pour y revenir, ainsi que d'éléments de réassurance clés (livraison offerte, retours gratuits, programme de fidélité...).

Cette campagne, déclenchée au moment le plus décisif, permet de **capter l'attention du visiteur et de lever ses derniers freins**.

RÉSULTAT

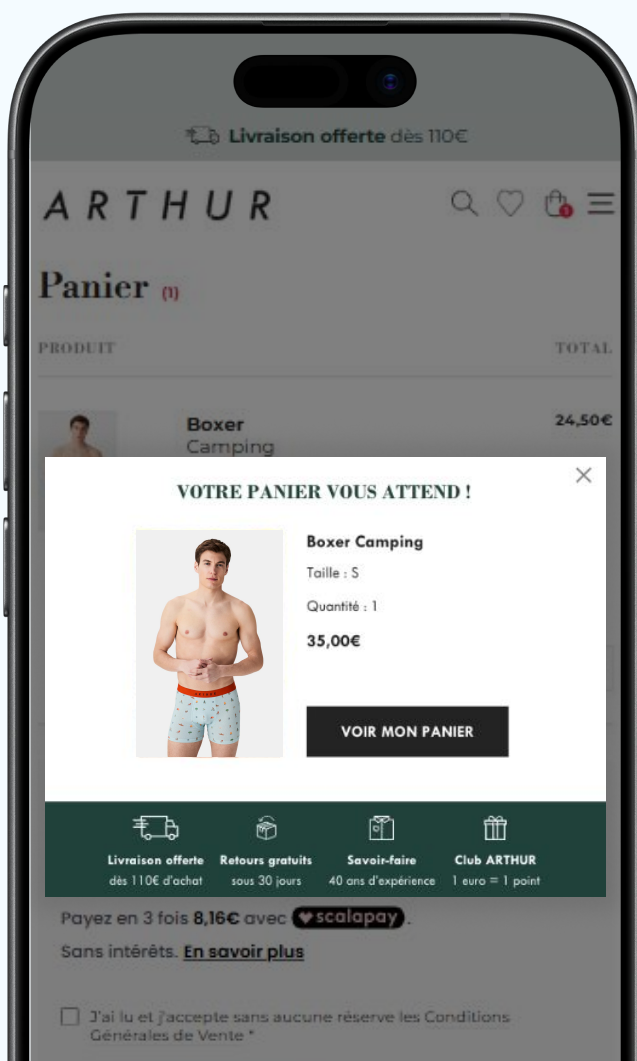
Arthur a ainsi constaté une **diminution du taux d'abandon de panier** et un impact positif sur le **taux de conversion global**. En combinant personnalisation et réassurance, la campagne transforme une intention de sortie en opportunité de conversion.

+7,43%

d'uplift sur le taux de conversion

12,20%

de clics sur le CTA "Voir mon panier"



Personnalisation on-site

3 – ENCART OFFRE LOT EN PAGE PANIER ET PANEL PANIER

Avec cette troisième campagne de personnalisation, la marque a activé **un levier de conversion et d'upsell directement en page panier.**

Lorsqu'un visiteur ajoutait trois sous-vêtements éligibles à son panier sans bénéficier encore de l'offre, SaleCycle détectait la situation et affichait un message contextuel rappelant l'avantage **« 3 achetés, le 4^e offert »**. Le dispositif incitait clairement l'acheteur à compléter son panier en ajoutant un produit supplémentaire pour débloquer l'offre, avec un accès rapide à la sélection concernée.

Panier ⁽⁴⁾

PRODUIT	PRIX	QUANTITÉ	TOTAL
 Caleçon classique Bain de minuit Taille : S Couleur : MARINE Enregistrer pour plus tard ☐ Ajouter un kit emballage cadeau (+2,00€)	36,00€	- 1 +	36,00€ 
N'oubliez pas d'ajouter votre 4ème sous-vêtement offert* 			
 Caleçon classique Tranquill'été Taille : S Couleur : ROSE Enregistrer pour plus tard ☐ Ajouter un kit emballage cadeau (+2,00€)	36,00€	- 1 +	36,00€ 

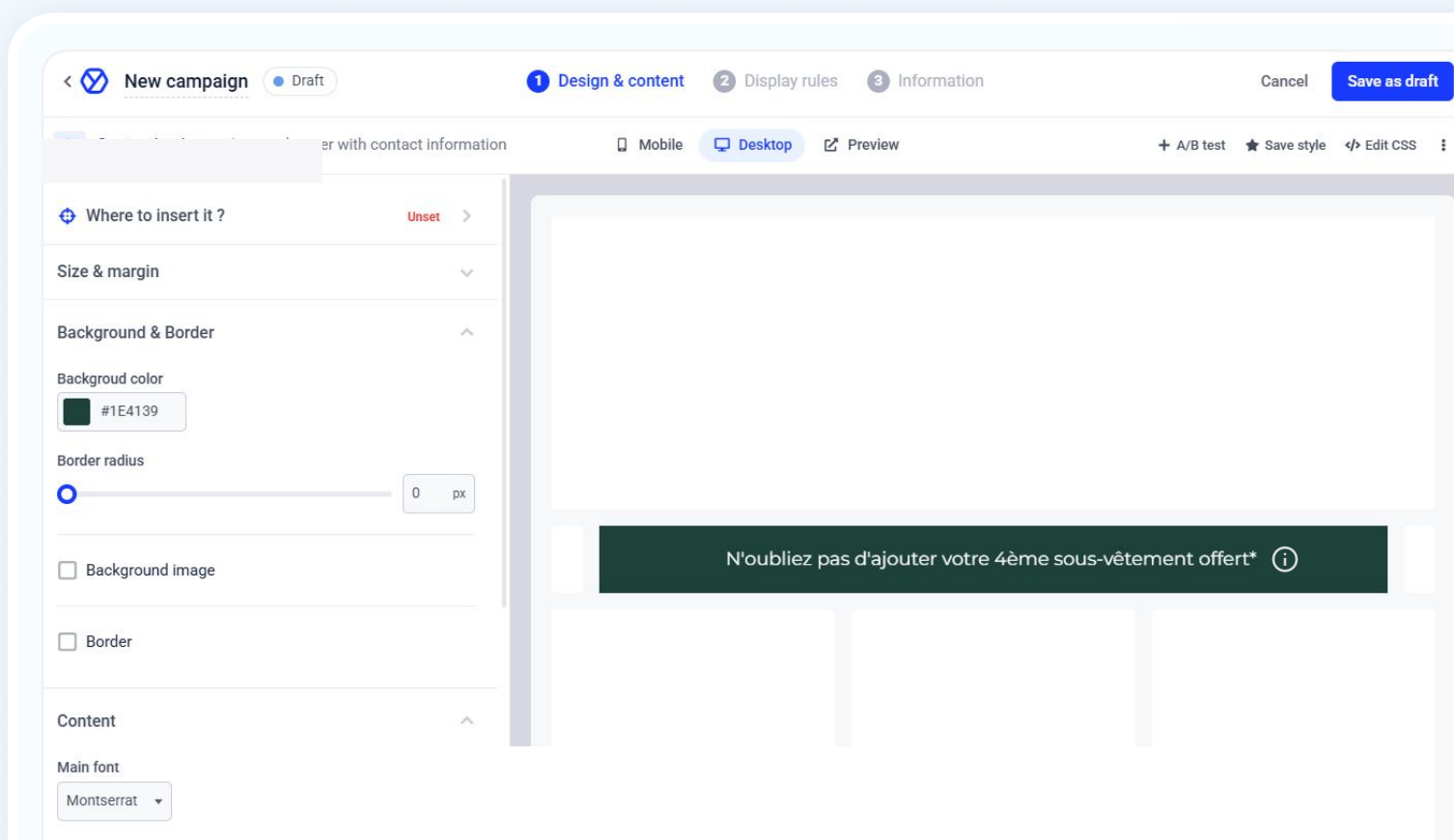
Personnalisation on-site

RÉSULTAT

Déployée au moment clé de la décision d'achat, cette campagne a permis d'augmenter la valeur perçue sans recourir à une remise additionnelle.

Arthur a observé une **augmentation du panier moyen** et un impact positif sur le taux de conversion en page panier. En guidant l'acheteur vers le seuil de l'offre, la campagne transforme une simple promotion en véritable moteur de performance.

74,50%
de taux de conversion



Recommandations de produits

1 - ENCART "VOUS AIMEREZ AUSSI" EN PAGE PRODUIT

Arthur a choisi d'activer **la recommandation directement en fiche produit** afin d'accompagner l'inspiration et d'augmenter les opportunités de cross-sell.

Grâce à SaleCycle, un bloc « Vous aimerez aussi » est affiché, mettant en avant quatre produits fréquemment achetés avec l'article consulté.

Les recommandations s'appuient sur **les comportements d'achat réels des visiteurs**, garantissant une sélection pertinente et contextualisée.

ARTHUR

Nouvelle collection

Prix doux

Meilleures ventes

Homme

Femme

Enfant

Famille

Accessoires

Bons plans

3+1 offert

🔍

📄

👤

👤

👤

Vous aimerez aussi



Pyjashort

Pandastique

79,00 € 63,20 € -20%



Caleçon avec suspensoir

Le Club n°006

39,50 €



Caleçon avec suspensoir

Le Club n°013

39,50 €



Caleçon avec suspensoir

Le Club n°1184

39,50 €

Recommandations de produits

RÉSULTAT

En enrichissant la découverte sans perturber la navigation, cette mécanique a permis **d'augmenter le nombre de produits ajoutés au panier par session et le panier moyen.**

La marque a également constaté **une amélioration du taux de conversion des fiches produit**, les visiteurs étant davantage projetés dans des looks complets. La campagne renforce ainsi l'expérience d'achat tout en générant une valeur incrémentale mesurable.

+54 000€

de CA généré post clic



Pyjama
Old Teddy

99,00 € 79,20 € -20%



Pyjama boutonné
Romy

129,00 € 103,20 € -20%



Pyjama boutonné
Old Teddy

129,00 € 103,20 € -20%



Liquette
Blush

79,00 € 63,20 € -20%

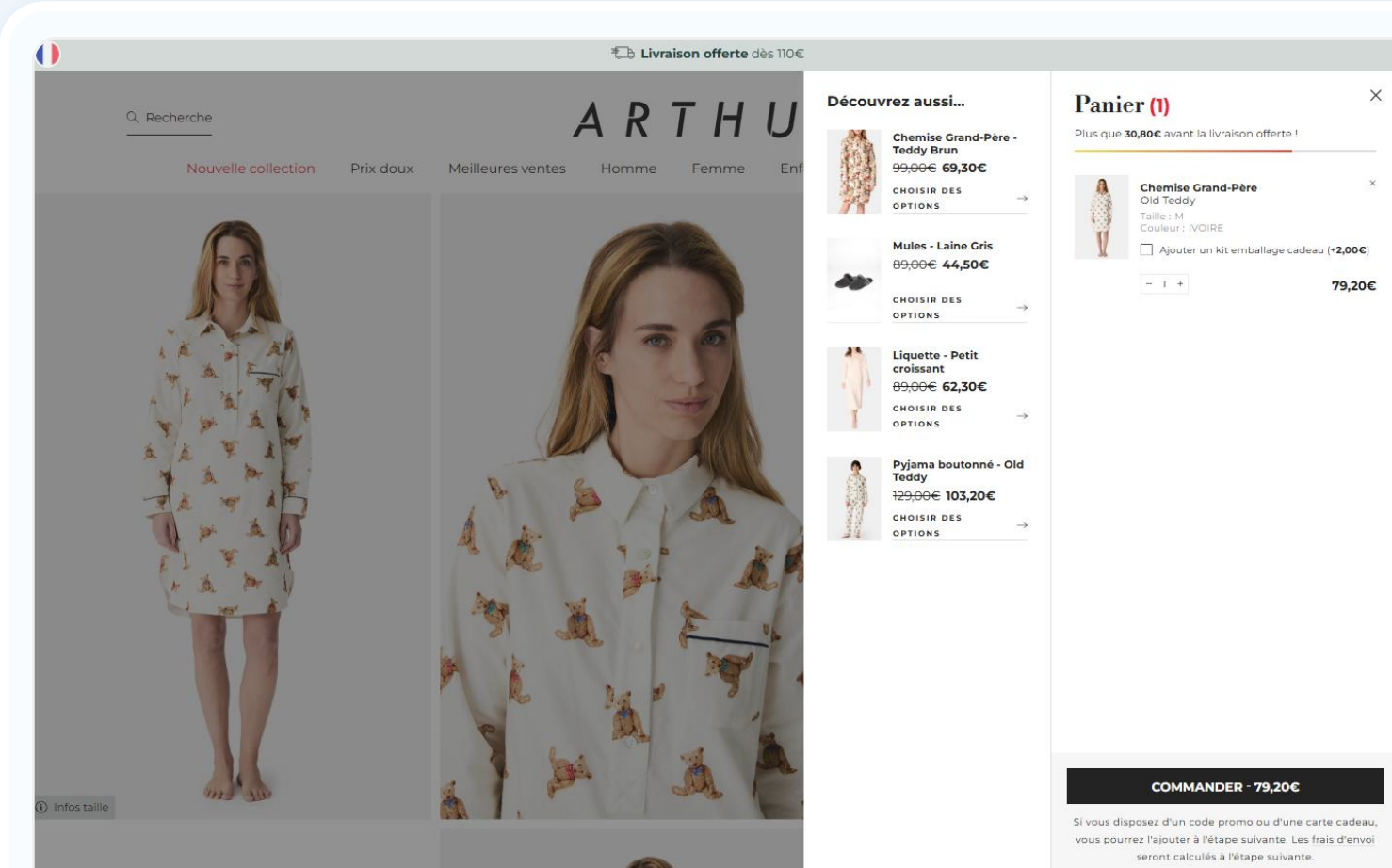
Recommandations de produits

2 - RECOMMANDATIONS EN MINI PANIER

Avec cette campagne de **recommandation déployée dans le mini-panier**, on exploite un moment clé du parcours d'achat, juste après l'ajout d'un premier produit.

Notre algorithme identifie automatiquement **la sous-catégorie du premier article ajouté au panier et affiche un bloc de recommandations** composé de quatre best-sellers associés.

Cette sélection contextualisée s'intègre naturellement au mini-panier, **sans rupture de navigation**, et encourage l'exploration de produits complémentaires à forte attractivité.



The screenshot displays the ARTHU website interface. At the top, there's a navigation bar with a search icon and the text "Recherche". Below it, a horizontal menu lists categories: "Nouvelle collection", "Prix doux", "Meilleures ventes", "Homme", "Femme", and "Enf". The main content area features a large image of a woman wearing a white dress with a teddy bear pattern. To the right of the main image, there's a sidebar titled "Découvrez aussi..." which lists four recommended products: "Chemise Grand-Père - Teddy Brun", "Mules - Laine Gris", "Liquette - Petit croissant", and "Pyjama boutonné - Old Teddy". Each product has a small image, a price comparison (original price crossed out, new price in bold), and a "CHOISIR DES OPTIONS" button. On the far right, a mini-cart titled "Panier (1)" shows the selected item "Chemise Grand-Père Old Teddy" with its price and a "COMMANDER - 79,20€" button at the bottom.

ARTHU

Recherche

Nouvelle collection Prix doux Meilleures ventes Homme Femme Enf

Livraison offerte dès 110€

Découvrez aussi...

- Chemise Grand-Père - Teddy Brun**
99,00€ **69,30€**
CHOISIR DES OPTIONS
- Mules - Laine Gris**
89,00€ **44,50€**
CHOISIR DES OPTIONS
- Liquette - Petit croissant**
89,00€ **62,30€**
CHOISIR DES OPTIONS
- Pyjama boutonné - Old Teddy**
129,00€ **103,20€**
CHOISIR DES OPTIONS

Panier (1)

Plus que **30,80€** avant la livraison offerte !

- Chemise Grand-Père Old Teddy**
Taille : M
Couleur : IVOIRE
☐ Ajouter un kit emballage cadeau (+2,00€)
- 1 + **79,20€**

COMMANDER - 79,20€

Si vous disposez d'un code promo ou d'une carte cadeau, vous pourrez l'ajouter à l'étape suivante. Les frais d'envoi seront calculés à l'étape suivante.

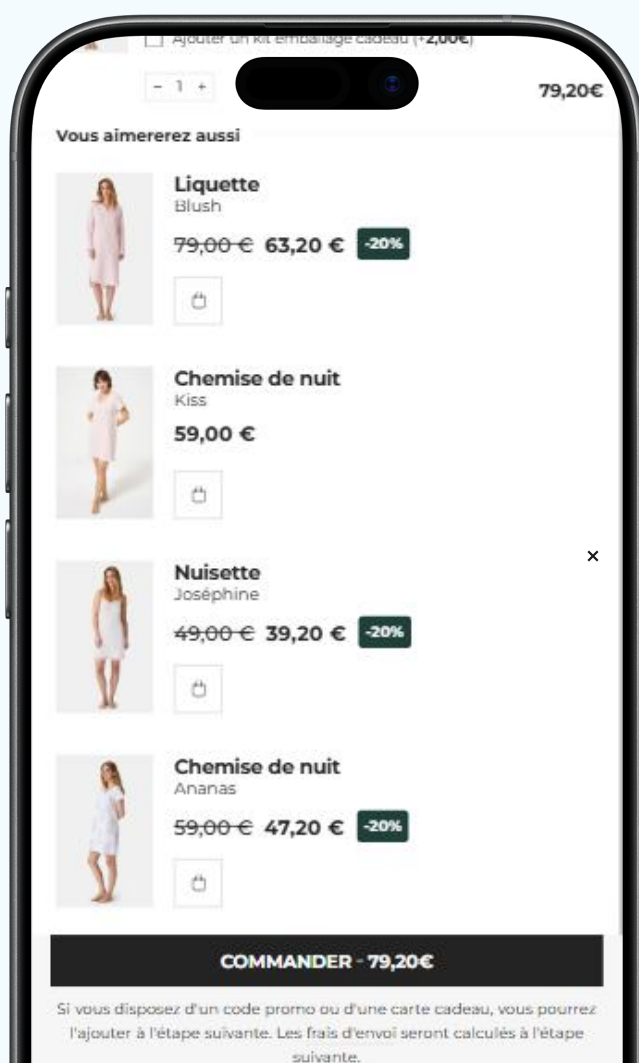
Recommandations de produits

RÉSULTAT

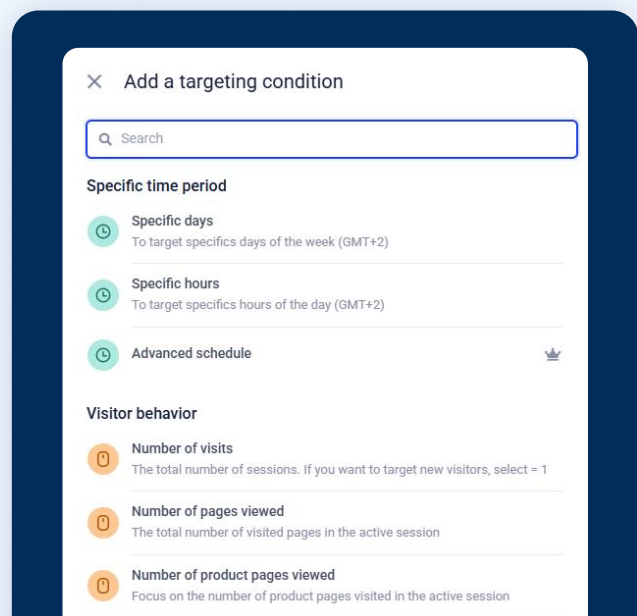
Cette activation, positionnée au plus près de l'intention d'achat, a permis de **stimuler l'ajout de produits additionnels** et d'augmenter la valeur du panier.

On observe alors **une hausse du taux d'interaction avec les recommandations**, une augmentation du nombre moyen d'articles par panier et un impact positif sur le panier moyen.

En capitalisant sur les meilleures ventes de chaque univers produit, la campagne combine réassurance et performance commerciale.



+50 000€
de CA généré post clic





ARTHUR

« La personnalisation onsite et les recommandations de produits ont vraiment changé la donne pour nous. En affichant les bons messages et les bons produits au bon moment, on a clairement amélioré l'expérience d'achat, et les résultats ont suivi. »

On a vu une progression du panier moyen, du taux de conversion et, surtout, un meilleur ROI global sur notre site. C'est devenu un levier clé de notre performance e-commerce. »

Emilie Baraibar, Directrice Digitale chez Arthur



By  **SaleCycle**

Talk to us →