



Les 5 Piliers d'une recherche sur site efficace



L'expérience de recherche sur site que vous proposez pèse considérablement sur votre chiffre d'affaires, et pour cause : s'ils constituent 15 % de la clientèle, les clients qui ont recours à la recherche sur site sont les plus précieux, car ils représentent 45 % des revenus de l'e-commerce¹. Cela dit, dans l'écosystème de recherche actuel, plus d'un tiers des recherches sur site se soldent par un échec². Ces clients que nous venons d'évoquer quittent alors votre site Internet et votre entreprise passe à côté d'une source de revenus non négligeable.

Le processus de recherche sur site est bien trop souvent semé d'embûches.

Tout d'abord, le client doit trouver la *bonne* barre de recherche. Ensuite, toute faute d'orthographe ou requête trop complexe peut mener à une impasse et n'offrir aucun résultat. Enfin, même quand il effectue la recherche « idéale », il est submergé par une liste de liens tout aussi susceptibles de l'égarer que de le mener vers l'information qu'il recherche.

Cela dit, vous pouvez très bien éviter tous ces problèmes en optimisant l'expérience de recherche sur votre site Internet pour accompagner vos clients à chaque étape de leur parcours.

Voici les cinq piliers qui définissent une recherche sur site efficace : ils vous aideront à générer plus de conversions et donc de revenus.

1 
Barre de recherche universelle

2 
Aide à la recherche

3 
Traitement automatique du langage naturel

4 
Réponses directes

5 
Optimisation de la qualité des résultats

1 Barre de recherche universelle

Proposer plusieurs barres de recherche sur votre site Internet (une pour les offres d'emploi, une autre pour un store locator et encore une autre pour le reste des recherches) est le meilleur moyen de désorienter vos visiteurs. Au lieu de devoir déterminer quelle barre de recherche utiliser, ils devraient être en mesure de saisir n'importe quelle recherche dans une barre unique et obtenir la réponse qu'ils attendent, le tout de façon intégrée à vos solutions existantes.

2 Aide à la recherche

Correction orthographique, saisie automatique et tolérance des fautes de frappe

La recherche devrait avoir pour but d'aider les utilisateurs à trouver plus rapidement les informations qu'ils recherchent. Par exemple, si votre visiteur cherche un produit comme des chaussures mais l'orthographe « chassures », la saisie automatique devra l'aider à reconstituer l'énoncé de sa recherche afin qu'il n'ait pas à jouer aux devinettes ou ne se retrouve pas confronté à une page « Aucun résultat » à cause d'une simple faute de frappe ou d'orthographe.

 

3 Traitement automatique du langage naturel

Les moteurs de recherche ont façonné les habitudes de vos clients, ils s'attendent aujourd'hui à recevoir une réponse directe à chaque question posée. La recherche sur site devrait fonctionner de la même façon : l'énoncé saisit à un sens et chacun des mots qui le composent doit être considéré en lien avec le reste afin de comprendre l'intention de l'utilisateur.

Une recherche telle que « gigoteuse en coton bio pour fille de trois mois » ne se résume pas à une simple combinaison de mots, c'est un énoncé qui transmet des paramètres précis concernant les souhaits de votre visiteur. Ainsi, lorsque quelqu'un saisit une telle recherche, il devrait obtenir les produits qui correspondent à sa recherche et pas seulement des pages de votre site où l'on retrouve les mots « gigoteuse » et « fille ».

 

4 Réponses directes

Si les clients ne parviennent pas à trouver l'objet de leur quête en moins de 2 ou 3 essais³, ils quitteront votre site Internet. Les réponses directes permettent de minimiser le taux de rebond en réduisant le parcours menant à la conversion et en insérant des appels à l'action directement dans les résultats. Les clients pourront ainsi prendre rendez-vous, passer un appel, répondre présent à un événement ou obtenir un itinéraire sans avoir à se rendre sur une autre page.

 

Compte client / fidélité

2X plus de points cumulé par achat, -50% sur l'article de votre choix pour votre anniversaire, livraisons à domicile gratuite et +30j pour tout retour

[EN SAVOIR PLUS](#)

5 Optimisation de la qualité des résultats

Une bonne recherche sur site repose plus sur une maintenance régulière que sur un logiciel précis. Lorsque vous configurez la recherche sur votre site Internet, celle-ci est calibrée pour correspondre à un état précis du site, à un moment donné. Or, ce site sera amené à changer : à mesure que vous y ajoutez de nouvelles pages ou mettez à jour certaines informations, la qualité de vos résultats de recherche va se détériorer. Il vous faudra alors faire appel à une équipe d'analyse des recherches et de contrôle de leur qualité pour assurer l'excellence de votre expérience de recherche sur site, et ce sur le long terme.

3. <https://www.forrester.com/report/Googleize+Your+SiteSearch+Experience/-/E-RES124541>



La seule source d'informations officielles sur une marque en ligne devrait être la marque elle-même. Pourtant, lorsque les clients vont sur les sites Internet des marques et posent des questions, ils n'obtiennent souvent que des réponses erronées. Yext (NYSE: YEXT), le Search Experience Cloud, remédie à cette situation en remettant de l'ordre dans les informations des entreprises pour qu'elles puissent donner la réponse officielle aux questions de leurs clients, quel que soit leur moyen de recherche. Des entreprises du monde entier, comme Air France, SFR et Jaguar Land Rover, mais aussi des administrations telles que l'OMS, font confiance à Yext pour améliorer l'expérience de recherche qui aujourd'hui démarre sur leur site Internet et s'étend à tout l'écosystème digital.

Yext s'engage à aider les entreprises et les organisations publiques du monde entier à fournir des réponses officielles partout où les utilisateurs effectuent une recherche. Yext a été distingué par les certifications Best Place to Work ainsi que Great Place to Work et Best Workplace for Women, trois classements du magazine Fortune qui récompensent les entreprises où il fait bon travailler. Le siège social se situe à New York, mais Yext dispose également de bureaux à Amsterdam, Berlin, Chicago, Dallas, Genève, Londres, Madrid, Miami, Milan, Paris, San Francisco, Shanghai, Tokyo et dans la région de Washington, D.C.

Plus d'informations sur [yext.fr](https://www.yext.fr)