



MSN augmente de **5%**
le taux de clic sur les articles
mis en avant en homepage



Enjeux

Dans un contexte de perte de vitesse en termes de trafic et d'engagement sur le site MSN, Microsoft a fait appel à **Elevate** avec un double objectif : **augmenter la part des visiteurs qui s'engagent sur les contenus** et les **pousser à consommer davantage de contenus**.

La complexité résidait dans le fait qu'il ne nous était pas possible de mener des tests sur l'UX de Microsoft News car cela était trop lourd à mettre en place (implique de mettre cela en place sur l'ensemble des pays). Nous nous sommes donc focalisé sur des **tests portant sur le contenu éditorial**.

L'enjeu a donc été d'optimiser la façon dont les contenus sont présentés, pour les rendre plus attrayant et favoriser l'engagement.

Approche

Nous avons convenu d'une approche en **trois temps** :

Analyse des
comportement des
visiteurs sur les
contenus pour voir ce
qui fonctionne

Génération d'idées de
test basées sur les
insights dégagés

Mise en place d'AB tests

Analyse des comportements utilisateurs

Les analyses menées sur Adobe Analytics nous ont notamment permis d'isoler les catégories de contenu qui fonctionnent le mieux sur MSN. Nous avons pu identifier que les catégories "Divertissement" et "Cuisine" sont celles qui génèrent le plus d'engagement.

Génération d'idées de tests

Les analyses menées nous ont permis d'alimenter le **backlog de test** en prenant compte de la **business value** (l'impact business escompté) et de la **complexité** de mise en oeuvre des différentes hypothèses à tester (temps nécessaire pour rédiger les contenus).

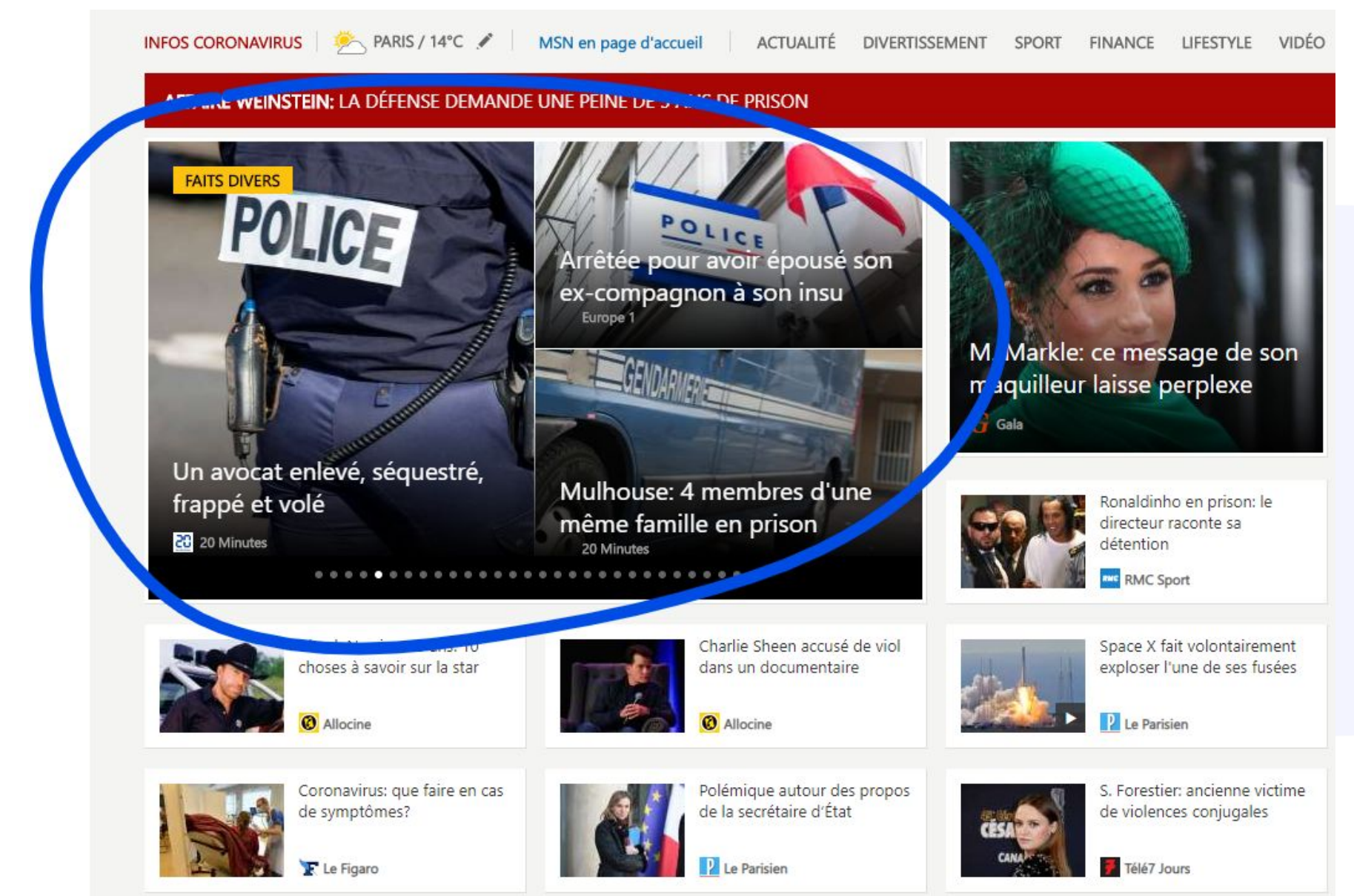
Mise en place d'AB Tests

Redistribution des catégories mises en avant dans le slider en homepage (test 1)

Lors des analyses, nous avons identifié que les catégories "Cuisine" et "Divertissement" génèrent plus d'engagement que les autres. Nous avons donc suggéré de tester une nouvelle version du slider en homepage dans laquelle ces catégories seraient davantage mises en avant.

Reorganisation des slides dans le slider en homepage (test 2)

Les analyses des parcours ont montré que les formats slides de la homepage génèrent des clics et donc de la consommation d'article. Nous avons donc proposé un test qui permet d'augmenter le nombre de contenu dans les slides avec un format vertical tryptic.

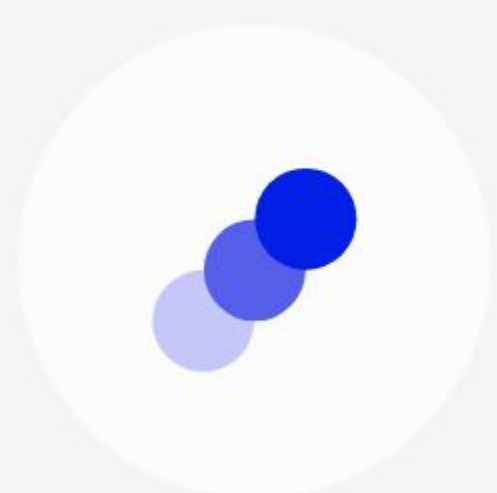


Résultats

Test 1 - La variation testée a permis d'augmenter le taux de clic sur le slider de **5,2% par rapport à l'originale**, ce qui est loin d'être négligeable pour un site à fort trafic comme MSN.

Nous avons également remarqué que la population exposée à la variation consommait globalement davantage d'articles que celle exposée à l'originale (+4,8% de consommation de pages articles)

Test 2 - La variation tryptic testée a permis d'augmenter le nombre de clics sur les articles par rapport à la version originale. Et ainsi nous avons remarqué que 43% des clics de la homepage se situaient sur ces slides au heures de test.



elevate.

Leverage your data, improve your performance