

Dossier de Presse



Web Quality Management



www.netvigie.com



Partenaire de votre qualité digitale

Experts en solutions de monitoring web et mobile depuis 14 ans, nous accompagnons nos clients dans leurs projets digitaux. Nous leur fournissons toutes les clés nécessaires pour activer le levier de la qualité.

Rachetée en 2014, Netvigie a revu son positionnement, ses outils et a élargi son offre. Notre valeur ajoutée dans le process qualité est bicéphale. Elle passe d'une part, par la surveillance des parcours web au titre de l'expérience utilisateurs ; et d'autre part par le contrôle de la qualité des données marketing exploitées par nos clients. Nos clients s'appuient sur nos solutions pour optimiser leur potentiel de business online : renforcer la qualité de service des applications mises à disposition de leurs utilisateurs, fiabiliser leurs data marketing pour prendre les bonnes décisions stratégiques.

Netvigie, c'est 4 offres, 150 clients français et internationaux et 1500 monitorings actifs. C'est aussi et surtout une équipe avec des valeurs : nous sommes à **l'écoute** de nos clients afin de leur offrir un **accompagnement** de qualité et des interventions en totale **proactivité**.

Jérôme CALAIS
Directeur Général





Nos forces

L'Expertise :

A l'écoute de son marché, Netvigie offre à ses clients un large panel d'offres qui répond à des problématiques quotidiennes concrètes.

Le savoir-faire et l'expérience de nos équipes font qu'elles sont en mesure d'accompagner efficacement nos clients dans l'identification des optimisations à effectuer pour améliorer la qualité de leurs dispositifs digitaux.

La Recherche & Développement :

La R&D est au cœur de Netvigie. Nos équipes techniques effectuent une veille technologique permanente afin de toujours apporter les meilleures solutions à nos clients.

La Satisfaction Client :

De la mise en place d'un projet à son pilotage au quotidien. Du service commercial au support technique... Les équipes de Netvigie sont mobilisées pour répondre aux clients et les accompagner au mieux dans leurs projets de Web Quality Management.

L'Humain :

L'équipe de Netvigie est à taille humaine. La cohésion et l'implication des équipes font que les projets avancent rapidement et efficacement.

La philosophie de notre société : le concept " EPICE " : **Esprit d'équipe Proactivité Innovation - Confiance - Expertise.**

“ Chez Netvigie, les équipes techniques accordent 50% de leur temps à la R&D. Nous sommes en contact permanent avec nos clients et notre équipe commerciale pour définir conjointement les fonctionnalités et évolutions qui seront pertinentes et répondront le mieux aux besoins de nos utilisateurs. ”

Eric HOUZELLE
Directeur Technique



Des solutions expertes éprouvées

Netvigie développe des solutions destinées à améliorer la qualité digitale des sites et applications web et mobile.



Monitoring :

Qualité des parcours web et mesure des temps de chargement

- ✓ Bon fonctionnement et performances,
- ✓ Desktop & Mobile,
- ✓ Scénarios utilisateurs, webservices, Urls.



Real User Monitoring :

Mesure des temps de chargement ressenties par les internautes réels :

- ✓ Contexte de navigation : device, navigateur, localisation...
- ✓ Analyse des ressources : type, poids, temps de chargement ...
- ✓ Outil de mesure Live.



Loadtest :

Test de montée en charge : Anticipation des périodes d'activité stratégiques

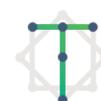
- ✓ Simulation de pics de trafic,
- ✓ Seuils de rupture de la plateforme,
- ✓ Détection des anomalies et des latences dues à la charge.

NEW



seenaptic

Contrôle de la qualité et de la fiabilité des données marketing



Normalisation et contrôle du respect du plan de marquage. Fiabilisation de la stratégie de Tag Management.



Respect des best practices SEO & amélioration du positionnement dans les moteurs de recherches.



Détection des ressources lentes / lourdes et réduction des temps de chargement.



Cohérence des contenus et optimisation des parcours.

“ Depuis 3 ans, nous avons développé et lancé 3 nouvelles offres. Notre marché évolue très vite, nous nous devons de suivre également. Nous avons pour objectif de toujours apporter plus de valeur à nos clients en leur proposant des outils et des offres qui correspondent à leurs problématiques opérationnelles. C'est d'ailleurs pour cela que 150 clients grands comptes nous font confiance aujourd'hui ! ”



Xavier KOCKELBERGH
Directeur Commercial & Partenariat



Nos **150 points**
de mesures



En quelques chiffres

Date de création : **2004**

Date de rachat : **2014**

Sites web : www.netvigie.com www.seenaptic.com

Solutions de Monitoring :

- > Contrôler la qualité des dispositifs digitaux de nos clients.
- > Fournir à nos clients les KPIs nécessaires pour optimiser l'expérience utilisateur de leurs internautes.

+60%

de Croissance
depuis 3 ans

+14

Années d'expertise
en environnement
Web & e-commerce

150

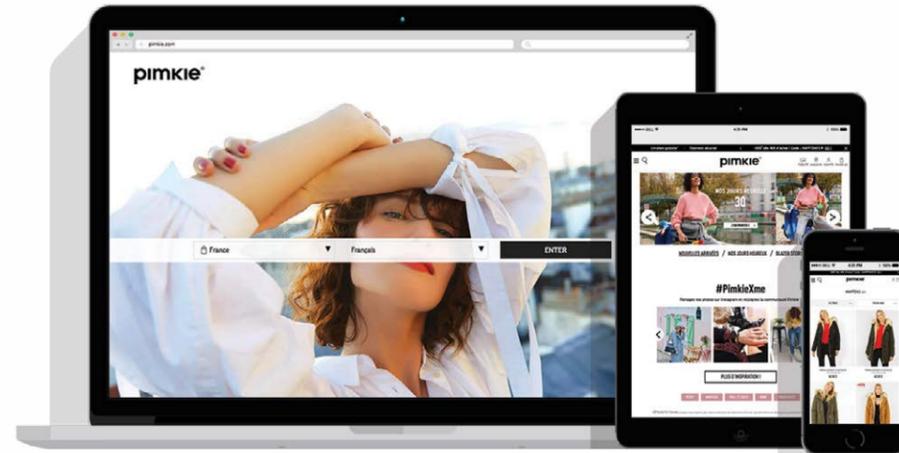
Points de mesures
en France
et dans le monde

150

Clients français
et internationaux

1500

Monitorings
actifs



Fondée en 1971, Pimkie crée son premier site e-commerce en 2000. A partir des années 2010, la société de prêt-à-porter accélère sur le terrain du digital et s'internationalise.

En 2017, Pimkie est implantée dans plus de 30 pays, possède un site e-commerce en 7 langues et génère un chiffre d'affaires online et offline de 560 millions d'euros. Fort de son développement, l'enseigne a **intensifié son accompagnement par Netvigie depuis 2016 avec pour objectif d'optimiser l'expérience utilisateur de ses internautes.**

Problématique :

- > Volonté d'optimiser l'expérience utilisateur de ses internautes au travers notamment de la réduction des temps de chargement des pages clés.
- > Volonté d'assurer une bonne qualité de service aux clients Internationaux.

Solution :

- > Mise en place de scénarios utilisateurs retraçant un parcours d'achat afin de surveiller le bon fonctionnement et mesurer les temps de chargement sur les différents sites pays.
- > Pilotage de l'expérience utilisateur au travers des indicateurs webperf de Netvigie dans le but de mesurer et anticiper l'impact des différentes optimisations sur les temps de chargement.

Gain client :

Suite à une refonte du site et à l'intégration de nos KPIs :

- > Amélioration du **temps ressenti utilisateur de 30% sur la home page.**
- > **Livraison : + 58% de temps de chargement et une amélioration de 15% du Speed Index** suite à la révision de la fonctionnalité de calcul des frais de port.

Norauto, filiale du groupe Mobivia a été fondée dans les années 70. Depuis, l'enseigne est devenue la référence dans le secteur de l'entretien et de l'équipement automobile. Norauto génère un chiffre d'affaires moyen de 1.6 milliard d'euros et est présent dans 9 pays. **Son internationalisation à partir de 1986 et sa mutation progressive sur le plan technologique et notamment e-commerce depuis 2004, ont amené l'enseigne à recourir aux services de Netvigie.**

Problématique :

- > Croissance du chiffre d'affaires en ligne.
- > Complexité de la plateforme : Volonté d'une surveillance internationale et d'une sécurisation des différents modes d'achats en ligne.
- > Mises en production régulières pouvant être sources d'anomalies ou de dégradations.

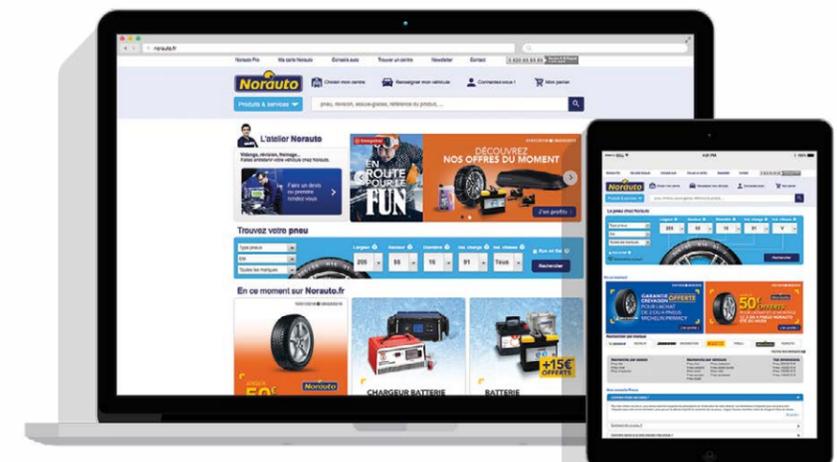
Solution :

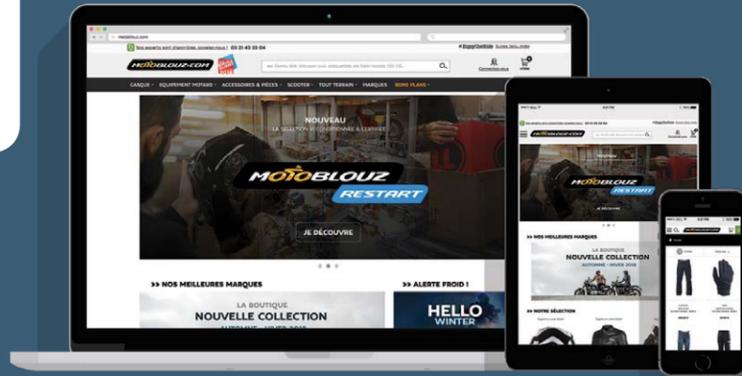
- > Mise en place de plusieurs scénarios utilisateurs sur les sites France, Italie, Belgique, Espagne et Portugal.
- > Mise en place de scénarios sur les différents tunnels d'achats (commande d'articles, prise de rendez-vous, sélecteur de pneus ...)

Gain client :

Suite à la surveillance du bon fonctionnement et à l'analyse des temps de chargement :

- > Grâce à nos outils, Norauto a pu **anticiper une potentielle dégradation de performances avant la mise en production d'une nouvelle fonctionnalité** qui aurait multiplié les temps de chargement par 6.
- > Norauto a pu **diviser par 2 le nombre d'anomalies** liées aux prestataires de paiements.





Fondée en 2004, Motoblouz est le numéro 1 de la vente en ligne d'équipement motard et moto en France. L'ascension fulgurante de la société en France et en Europe (Espagne et Italie) fait qu'elle génère en 2017 un chiffre d'affaires total de 45 millions d'euros. Motoblouz c'est un référentiel de plus de 50 000 produits et plus de 350 marques.

Problématique :

- > Des incohérences de datas entre les différents outils d'analyse : Eulérian, Google Analytics et autres partenaires.
- > Plusieurs intervenants dans l'administration des tags (internes, consultants analytics, agences partenaires) qui modifient régulièrement l'implémentation des différents tags et rendent les plans de marquage initiaux obsolètes.

Objectif : migrer intégralement d'Eulérian à Google Analytics en s'assurant de la fiabilité des données collectées et mettre en place un référentiel exact de l'implémentation des tags.

Solution :

Motoblouz utilise seenaptic depuis le lancement de l'outil fin 2017 pour :

- > Effectuer le maintien d'un plan de marquage précis et à jour des différents tags partenaires dont Google Analytics implémentés sur Google Tag manager.
- > Identifier et corriger rapidement des incohérences/erreurs de données (écarts entre différents outils, données manquantes ou incomplètes...).
Exemple : problème d'implémentation de Google Analytics sur les pages-liste suite à leur refonte.

Gain client :

- > Une centralisation et une harmonisation des tags implémentés.
- > Une vérification automatisée du plan de marquage en amont et en aval de chaque mise en production.
- > Possibilité d'aller plus loin dans la collecte des datas grâce à la certification de la qualité des données.
- > Une validation du respect de l'implémentation des différentes recommandations communiquées par les partenaires.

Business Case

Leroy Merlin est l'enseigne N°1 de l'aménagement de l'habitation en France avec 6.6 milliards d'euros de chiffre d'affaires. En ligne, c'est plus de 150 000 références produits et plusieurs milliers de contenus pédagogiques. Depuis ces dernières années, l'enseigne a opéré une véritable transformation numérique. Avec plus de 240 millions de visites sur le site, Leroymerlin.fr se place dans le top 15 des sites e-commerce français.

Problématique :

- > Une implémentation Google Analytics qui évolue très régulièrement.
- > Des évolutions du site presque journalières qui engendrent fréquemment des régressions et incidents sur le plan de marquage.
- > Des données analytics qui sont donc faussées.

Objectif : générer des tableaux de bord et prendre des décisions basées sur des données fiables.

Solution :

Leroy Merlin utilise seenaptic depuis le lancement de l'outil fin 2017 pour effectuer :

- > Un crawl complet du site tous les mois.
- > Un crawl partiel sur un échantillon représentatif de 2500 pages chaque jour.
- > Une recette toutes les 2 heures et avant chaque mise en production, sur l'ensemble du plan de marquage.
- > La mise en place de scénarios utilisateur pour contrôler les pages non accessibles par les crawlers (formulaire, tunnel ...).

Gain client :

Suite à la mise en place de seenaptic, les équipes de Leroy Merlin ont pu constater :

- > Une optimisation du temps de recette du plan de marquage passant de plusieurs jours homme de recettage à quelques minutes.
- > Une fiabilité du plan de marquage de 100% : chaque régression est identifiée avant la mise en production grâce à seenaptic.
- > Un gain de sérénité décuplé.





Ils nous font **confiance**

✓ E-Commerce / Pure player



✓ Grande distribution



✓ Voyage / Loisir



✓ Banque / Assurance



✓ Média





Contact

65 rue de la cimaise
59650 Villeneuve d'Ascq - France

Service communication

03 69 61 60 00
Communication@netvigie.com

www.netvigie.com

