

Gestion de contenu et e-commerce : un site web interactif 2 en 1 au service des agriculteurs

Grâce à des contenus personnalisés et un espace e-commerce intuitif, Terres Inovia modernise son image et recentre son action sur l'utilisateur final.

Résumé

Institut technique de recherche agricole, Terres Inovia assure l'interface entre la recherche, les différents acteurs économiques et les producteurs. En 2017, il choisit Liferay pour la refonte globale (graphique, éditoriale, ergonomique et technique) de son site public et portail clients afin de s'adapter aux nouveaux besoins des agriculteurs. L'organisme souhaitait également ajouter des fonctionnalités e-commerce afin de promouvoir ses produits et services. terresinovia.fr

En Bref

SECTEUR D'ACTIVITÉ :

Agriculture, Agronomie

PAYS :

France

TYPE DE PROJET :

Site web, portail clients, espace e-Commerce

FONCTIONNALITÉS CLÉS :

Gestion de contenu, gestion des rôles et permissions, responsive design, panier d'achat

“

Grâce à la gestion fine des profils, nos adhérents disposent de contenus personnalisés et d'informations spécifiques à leurs cultures en temps réel. L'espace e-commerce nous permet, en outre, de mettre en avant nos produits et prestations.

Claire Mandard, Chef de projet éditorial, Terres Inovia

Défis

- S'adapter aux nouveaux usages des agriculteurs en offrant un site web plus clair, plus intuitif et responsive
- Offrir des contenus et conseils personnalisés en temps réel selon le profil utilisateur
- Promouvoir les produits et services via un espace e-commerce

Valeur ajoutée



NAVIGATION EPURÉE

Accès aux actualités et services en ligne simplifié



ESPACE E-COMMERCE

Catalogue et achat en ligne de produits et services



CONTENUS PERSONNALISÉS

En temps réel et selon le profil utilisateur



TRAFFIC WEB ACCRU

Une nombre de pages vues multiplié par 2 en un an

Se recentrer sur l'utilisateur

En tant qu'institut de recherche appliqué, Terres Inovia communique et travaille régulièrement avec des agriculteurs, techniciens et scientifiques pour améliorer la compétitivité des oléagineux, des protéagineux et du chanvre en France. Son ancien site ne favorisant pas les interactions avec ses interlocuteurs, Terres Inovia a souhaité rendre ses solutions numériques plus proches des besoins réels des agriculteurs (contenus personnalisés, outils d'aide à la décision, suivi des cultures en temps réel, etc.).

En complément du manque d'interactivité, l'ancien site présentait de nombreux défis notamment une connaissance utilisateurs très limitée, une difficulté de mise à jour des contenus existants ainsi que des pages surchargées d'informations. A travers la refonte totale de son site, son objectif était donc de se recentrer sur l'expérience de l'utilisateur final, à savoir l'agriculteur, en lui apportant des contenus et conseils personnalisés en temps réel sur le suivi de ses cultures ainsi que les travaux menés par l'institut. Grâce à sa richesse fonctionnelle, sa flexibilité et sa gestion fine des rôles, la plateforme Liferay DXP est choisie pour accompagner Terres Inovia. En outre, la solution Liferay Commerce offrait les fonctionnalités nécessaires à la création d'une expérience d'achat intuitive. Son intégration native à Liferay DXP a permis de disposer d'une solution de gestion de contenu et de commerce intégrée pour une expérience digitale sans couture et un time-to-market rapide.

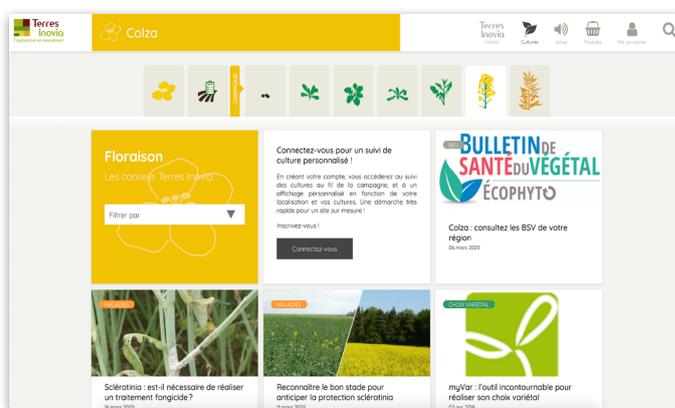
Un projet mené en co-conception

Dans une démarche "Lean Startup", Terres Inovia a mené ce projet de refonte en collaboration avec une quinzaine d'agriculteurs. Du recueil des besoins à la définition du périmètre en passant par les phases de test, de correction et d'ajustement, chaque étape du projet a ainsi été validée avec les futurs utilisateurs. De quoi renforcer la relation client et assurer une cohérence entre les attentes utilisateurs et le rendu final du nouveau site.

Des contenus personnalisés

La nouvelle page d'accueil offre un accès plus clair aux informations. La partie institutionnelle est plus complète et permet de mieux découvrir l'institut, ses actualités et ses travaux. Une navigation épurée qui a sans nul doute contribué à l'amélioration du taux de rebond du site, divisé par deux en un an.

Grâce à l'espace « Mon compte », l'agriculteur dispose désormais d'un tableau de bord affichant des contenus personnalisés, spécifiques à son type de cultures, et qui s'adaptent en temps réel selon les stades de la culture ou la localisation de l'agriculteur. Le tout sur un site graphiquement moderne et accessible sur mobile et tablette.



Avec 8000 utilisateurs connectés et plus de 256 000 visiteurs pour 2 000 000 de pages vues sur un an (contre 1 037 000 l'an passé), le nouveau site affiche une nette progression en terme de trafic. L'institut note également davantage de prises de contact, notamment sur leurs prestations, et donc de demandes de devis.

Une expérience d'achat intuitive

Grâce au module Commerce, Terres Inovia a pu facilement mettre en place un catalogue présentant ses offres. Un système de filtre permet de les trier par type d'outils, de publication, de formation ou de prestation proposée. En outre, un module de paiement Mercanet a été mis en place afin de faciliter les transactions en ligne. De quoi soutenir la stratégie de modernisation et d'augmentation des revenus de l'institut.

Pour plus d'informations, contactez : sales-fr@liferay.com