

# Intermarché

— APPLAUSE ÉTUDE DE CAS —

« GRÂCE À LA RÉACTIVITÉ D'APPLAUSE, NOUS POUVONS LIMITER LES EFFETS NÉFASTES DES BUGS QUI AURAIENT AUTREMENT PERSISTÉS EN PRODUCTION PENDANT PLUSIEURS JOURS OU SEMAINES. »

CHARLES-ÉRIC GONON, DIRECTEUR QA STIME – DSI GROUPEMENT LES MOUSQUETAIRES

## CLIENT

Intermarché est le plus grand réseau de supermarchés en France. Avec un point de vente tous les 17km et 1875 magasins au total, la chaîne est une référence au sein de la culture française, offrant à ses clients des expériences locales d'achat, à des prix compétitifs. En dépit de sa taille, Intermarché est une entreprise familiale, qui opère une chaîne d'approvisionnement directe, ainsi qu'un réseau de distribution composé de ses propres bateaux de pêche et conserveries et sa propre gamme de produits exclusivement fabriqués en France. Elle bénéficie également d'une relation directe avec des maraichers et agriculteurs locaux.

## DÉFI

Le COVID-19 a été un tournant dans la stratégie digitale d'Intermarché. Alors que la marque disposait déjà d'une plateforme d'e-commerce avant la pandémie, ses revenus en ligne ont augmenté de 80% en 2020 par rapport à 2019, ce qui a mis les équipes en forte tension. Avec un nombre grandissant de consommateurs utilisant la plateforme, Intermarché a eu besoin d'augmenter sa capacité en matière de tests, en particulier concernant la recherche de bugs et les tests de non-régression. Cela permettrait d'ajouter une couche de sécurité supplémentaire tout en libérant plus de temps à l'équipe dédiée pour pouvoir se concentrer sur des priorités stratégiques.

Intermarché voulait également renforcer son système de retours d'expérience pour répondre plus rapidement aux problèmes rencontrés par ses clients. Avec son ancien système, Intermarché mettait plusieurs jours à reproduire et à

### ENTREPRISE

Intermarché

### INDUSTRIE

Grande distribution

### TYPES DE TEST

Fonctionnel et tests de moyens de paiement

### TYPES D'APPLICATION

Mobile et web

### DÉFIS

- Augmenter rapidement sa capacité en matière de tests, et plus spécifiquement la recherche de bugs et les tests de non-régression
- Reproduire rapidement et résoudre les bugs rapportés par les clients à l'aide d'un formulaire en ligne
- S'assurer que les promotions s'affichent correctement et sont appliquées avec succès lors de la commande

### RÉSULTATS

- Réduction marquée des appels clients auprès du support et une amélioration notable du taux de satisfaction
- Un taux de conversion amélioré grâce à une diminution du taux d'abandon de paniers
- Une meilleure motivation de l'équipe, maintenant que les testeurs ont plus de temps pour se concentrer sur les priorités stratégiques

résoudre les bugs que ses clients soumettaient à l'aide d'un formulaire en ligne. La remontée de problèmes était souvent vague, et seulement accompagnée d'informations basiques concernant l'appareil utilisé, comme la taille de l'écran et l'OS. Cela rendait le travail d'Intermarché plus difficile pour identifier l'origine du problème.

Les promotions étaient également une autre priorité. Proposer des prix compétitifs est une composante essentielle de la marque Intermarché. Il était donc crucial pour sa stratégie d'e-commerce de s'assurer que les promotions et publicités en ligne fonctionnent correctement. Cependant, et compte-tenu de la fréquence importante de mise à jour des offres sur le site d'Intermarché, l'équipe ne disposait pas des ressources nécessaires pour effectuer des vérifications régulières du bon affichage des brochures et promotions en ligne.

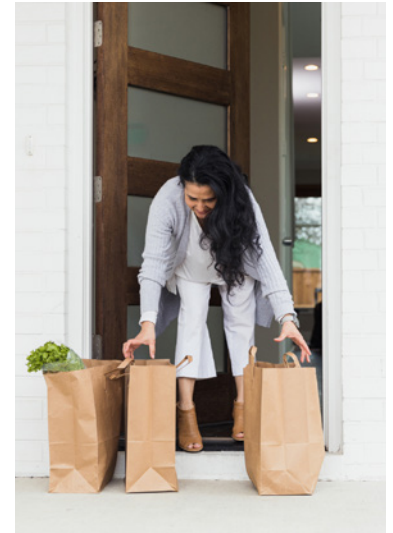
De plus, Intermarché n'accordait pas autant d'attention qu'elle le voulait aux tests du parcours d'achat de bout en bout. S'assurer que ses clients peuvent payer par différents moyens de paiement est crucial pour réduire l'abandon de panier et augmenter le taux de conversion. Au lieu de cela, la marque ne pouvait tester les moyens de paiement qu'en environnement de préproduction. Bien que l'environnement de préproduction ressemblait à l'environnement réel, les tests de moyens de paiement en laboratoire n'offraient cependant pas le même niveau de précision que des tests en conditions réelles.

## SOLUTION

En 2021, Intermarché a décidé de collaborer avec Applause. Alors qu'elle disposait déjà de processus QA robustes en interne, l'équipe était attirée par la potentielle valeur ajoutée de la communauté uTest d'Applause – avec sa large flotte d'appareils et de combinaisons d'OS – dont pourrait bénéficier la solution d'e-commerce de l'entreprise.

Les testeurs Applause ont travaillé avec Intermarché pour reproduire rapidement et résoudre les bugs rapportés par les clients, à l'aide de son formulaire en ligne. Quand un client rapportait un bug, de nombreux testeurs Applause essayaient de le reproduire sur différentes combinaisons d'appareils et d'OS. De plus, ils remplissaient un rapport détaillé de bug afin de fournir à Intermarché une image très précise du problème. Équipé de logs de tests et de la capacité de poser des questions de suivi auprès des testeurs, Intermarché a été en mesure de résoudre en un instant des bugs qui seraient sinon restés des semaines en production.

En plus de la recherche de bugs, Applause propose des tests de non-régression pour qu'Intermarché s'assure que les fonctions les plus basiques de sa plateforme d'e-commerce fonctionnent correctement après chaque nouvelle mise à jour. De cette manière, Applause reprend à son compte une tâche très répétitive de l'équipe interne d'Intermarché, qui préfère passer plus de temps sur les problèmes d'une plus grande importance stratégique.



« AVEC APPLAUSE, NOUS POUVONS INSTANTANÉMENT AMÉLIORER LA QUALITÉ DE NOS PRODUITS ET NOS CAPACITÉS DE TEST, ET CE DE MANIÈRE IMPRESSIONNANTE. »

CHARLES-ÉRIC GONON, DIRECTEUR  
QA STIME – DSI GROUPEMENT LES  
MOUSQUETAIRES

Applause permet également à Intermarché de tester le processus de paiement à l'aide de vrais comptes et instruments de paiement. Les testeurs d'Applause évaluent le processus de paiement de bout en bout, ce qui inclut la création de comptes client, l'ajout de produits au panier, l'utilisation de codes promotionnels et de cartes de fidélité, ainsi que la validation de commandes.

Afin de s'assurer qu'Intermarché arrive en tête de l'esprit de ses consommateurs quand il s'agit d'effectuer des courses en ligne à des prix abordables, Applause aide Intermarché à tester ses promotions en ligne. Avec de nouvelles promotions ajoutées toutes les semaines, les testeurs d'Applause vérifient que les brochures en ligne s'affichent correctement, que les liens redirigent correctement vers les offres respectives, que les codes promotionnels et rabais sont appliqués avec succès et que le prix du panier final prend bien en compte les promotions.

Grâce à des testeurs localisés dans toute la France, Applause a pu s'assurer que les promotions localisées s'affichaient correctement.

## RÉSULTATS

Depuis sa collaboration avec Applause, Intermarché a augmenté sa couverture de test et a effectué seize cycles de test en l'espace de six mois. Cela a drastiquement amélioré la qualité de ses produits, mis en exergue par une diminution marquée des appels clients et une amélioration de son taux de conversion au cours des six derniers mois.

En reprenant à son compte la recherche de bugs et les tests de non-régression répétitifs, Applause a également amélioré la motivation et le moral de l'équipe interne d'Intermarché, en libérant du temps pour qu'elle puisse se concentrer sur le développement de projets à haute valeur ajoutée. L'équipe d'Intermarché a été impressionnée par la capacité d'Applause à s'intégrer rapidement dans leurs processus existants. En sachant qu'Applause offrait une couche de sécurité supplémentaire grâce à ses tests de non-régression et ses efforts en matière de recherche de bugs, Intermarché a quasiment immédiatement orienté son attention vers d'autres priorités.

L'équipe d'Intermarché est consciente que la moindre erreur sur une solution d'e-commerce peut mener ses clients à s'orienter vers la compétition. Dans leur esprit, la qualité est un processus sans fin, pas un état qui s'atteint une fois pour toutes. L'approche d'Applause aide Intermarché à consolider sa vision de la qualité, qu'ils ont à cœur d'améliorer sans cesse.

## À PROPOS D'APPLAUSE

Applause est une entreprise phare pour les tests et la qualité numérique. Aujourd'hui, les entreprises gagnent ou perdent des clients grâce aux expériences numériques qu'elles proposent, et seul Applause peut apporter un retour authentique sur la qualité de ces produits digitaux, en passant par des utilisateurs qui évoluent en conditions réelles. Notre approche disruptive exploite la puissance de la plateforme Applause et s'appuie sur une communauté de plus d'un million d'experts du numérique dans le monde. À la différence des méthodes traditionnelles de tests (notamment en laboratoire et externalisées), nous réagissons avec la rapidité, la flexibilité et à l'échelle attendues par les marques axées sur le numérique. Applause fournit des résultats de tests pertinents et rapidement exploitables, permettant aux entreprises de prendre les bonnes décisions au cours du développement et de la publication de leurs produits digitaux. Ainsi, les équipes de développement sont en mesure de se concentrer sur les fonctionnalités les plus critiques, pour pouvoir publier rapidement et en toute confiance. Des milliers de grandes marques numériques, dont Ford, Google, Western Union ou encore Dow Jones, comptent sur Applause comme meilleure pratique pour offrir des expériences numériques qui apportent toute satisfaction à leurs clients.

En savoir plus sur [www.applause.com/fr](http://www.applause.com/fr)

« CE QUI NOUS A  
INTÉRESSÉ À PROPOS  
D'APPLAUSE, ÉTAIT  
LA RAPIDITÉ ET LA  
FACILITÉ DE SES  
SERVICES DE QA À  
S'INTÉGRER AVEC  
NOS PROCESSUS. »

CHARLES-ÉRIC GONON, DIRECTEUR  
QA STIME – DSI GROUPEMENT LES  
MOUSQUETAIRES