



COMMUNIQUÉ

COS, au bout de vos doigts!

Canadianoptical.com

Montréal, le 7 avril 2017 — COS est fière d’annoncer le lancement de la première phase de son site Internet : canadianoptical.com.

En 2012, l’équipe de COS fait appel à Imarklab, une agence interactive spécialiste de la recherche utilisateur. Le but : se rapprocher de ses clients et répondre de manière plus adéquate à leurs besoins quotidiens. L’agence interactive entreprend alors de comprendre le comportement des futurs utilisateurs du site de COS ainsi que l’usage qu’ils en feront tout en analysant leur comportement envers les plateformes numériques. Il en ressort l’établissement de deux publics type, auxquels s’adresse le site Web :

- l’opticien et/ou l’associé des ventes, dont le rôle est de conseiller les patients sur le plancher du bureau d’optique;
- le gérant ou le directeur de succursale chargé de veiller au bon approvisionnement du magasin.

« ... partir d’une page blanche, c’est l’opportunité de bien faire les choses avec une compréhension à jour de notre environnement. Pour le site Web, notre première considération a été de centrer la réflexion sur le client de COS. De là, nous avons engagé parmi les meilleurs spécialistes en expérience utilisateur pour les sonder, les comprendre et de ce fait améliorer notre connaissance de leurs enjeux. La phase de recherche a été réussie et nous a permis de générer suffisamment d’*insights* sur ce qui rendrait le travail de nos clients plus efficace. » commente Manuel Magini, directeur du marketing chez COS.

Sur les conseils de son équipe de développement, COS adopte une approche en mode agile pour élaborer son site Web. Elle pourra ainsi s’adapter facilement aux technologies interactives, en constante évolution. De plus, le site sera déployé en trois étapes.

Afin d’offrir une vitrine aux produits et services de l’entreprise, la première version du site met en avant son catalogue, muni d’un moteur de recherche efficace. Le site Web propose également une recherche rapide par code produit ainsi qu’une fonction filtre qui permet aux professionnels de la vue de consulter



les collections par marque, mais aussi par intérêt plus ciblé (matériel, couleur, genre). Les professionnels de la vue peuvent d'ailleurs choisir d'afficher ou non le prix du produit, selon qu'ils sont ou non en présence de leur client.

Pourvu d'une navigation intuitive ainsi que d'un design épuré et adaptatif, le site souligne la qualité de l'offre tout en permettant aux professionnels de la vue de consulter facilement les fiches produits, et ce, à partir de n'importe quelle plateforme (ordinateurs, téléphones intelligents, tablettes). Régulièrement, les collections seront d'ailleurs mises à jour grâce à un outil de gestion de contenus mis à disposition de l'entreprise.

En outre, un module d'achat permettra bientôt aux professionnels de la vue de se procurer en exclusivité ses produits par l'intermédiaire du site Internet. Cette approche de développement progressive s'inscrit dans la volonté de la firme de proposer de nouvelles fonctions à sa clientèle dans de courts délais. Bien qu'établi, le plan de développement évoluera ainsi selon les pratiques des clients de COS, notamment l'usage de plus en plus massif du mobile.

En attendant, la première mouture du site semble déjà une réussite puisque, testée auprès d'un échantillon des deux publics types, elle a recueilli une foule de commentaires positifs.