

Beauté Privée fait peau neuve

MIRABELLE BELLOIR |
MARCHÉS, DPH, LSA COMMERCE CONNECTÉ
PUBLIÉ LE 16/07/2021

Beauté Privée vient de réaliser la refonte de son site internet et de développer une nouvelle app mobile. Objectif : moderniser le site et améliorer l'expérience client.



Beauté Privée a réalisé la refonte de son site et de son app mobile. © 123rf/rido/BeautéPrivée

Depuis le 29 juin 2021, les internautes ont pu découvrir le nouveau site et la nouvelle application mobile de Beauté Privée. Le spécialiste des [ventes privées beauté](#) se pare pour l'occasion d'un nouveau logo. Exit le rose poudré, le logo est désormais sobre et noir. Le design épuré apporte de l'élégance et de la modernité.

beauteprivee beautéprivée

Ancien
logo

Nouveau
logo

De même pour le site et la nouvelle application mobile: la part belle est faite aux visuels des produits donnant un rendu plus qualitatif. L'ergonomie a été repensée pour améliorer l'expérience client. Il est possible d'accéder aux ventes classiquement par marques mais aussi choisir une thématique (maquillage, parfum...) et avoir alors accès à tous les produits de toutes marques en cours de vente entrant dans cette catégorie. Sur chaque fiche produit, les clients ont accès en un coup d'œil au prix et aux dates de fin de vente et de livraison. En cliquant sur l'onglet description, ils ont accès au descriptif des qualités du produit et aux conseils d'utilisation. L'onglet "bon à savoir" permet d'accéder à la composition des produits.

Racheté par Showroomprivé en 2019, Beauté Privée reste le premier site de ventes privées en beauté. Le *pure player* fait partie des sites qui ont le plus recruté d'acheteurs d'hygiène-beauté l'an passé. Selon Kantar, ce sont 360 000 acheteurs supplémentaires qui ont réalisé des achats sur ce site de ventes privées en 2020.