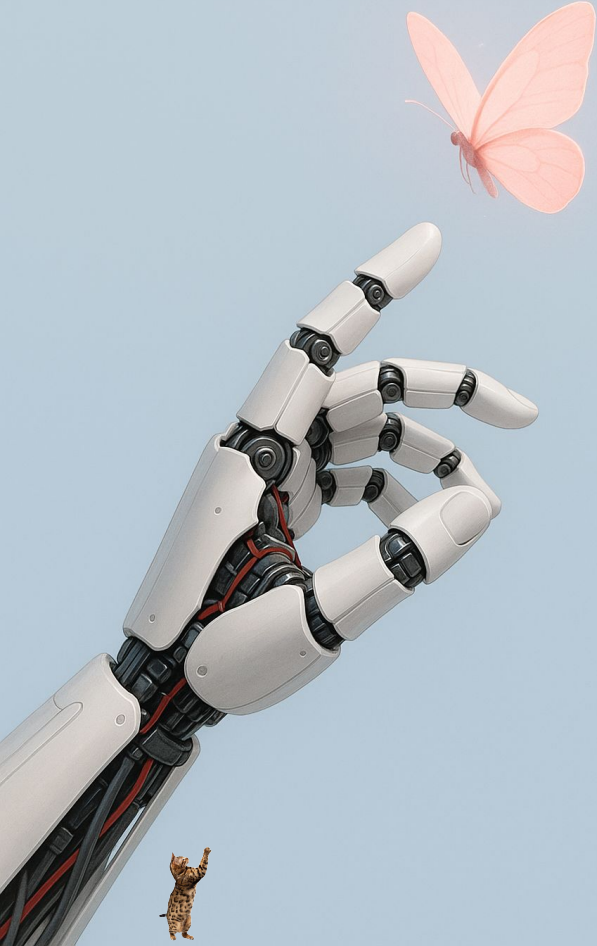




OPTIMISER RAG

Piloter l'amélioration continue par le feedback utilisateur



VOS INTERVENANTS QUI SOMMES-NOUS



ZI WANG

Data Scientist

ADEO Services

Customer & commerce digital platform

Data Transversal Team

4 ans d'expérience



EKATERINA REZANOVICH

Data Analyst

ADEO Services

Customer & commerce digital platform

Data Transversal Team

7 ans d'expérience



ADEO, 1^{er} acteur international de l'amélioration de l'habitat

ADEO réunit un écosystème d'entreprises au service de l'amélioration de l'habitat. Nous aidons les habitants et les professionnels de l'habitat à concrétiser leurs projets en leur proposant des solutions utiles et positives pour réparer, rénover, aménager, sécuriser, assainir, embellir.

Nos 6 enseignes interconnectées constituent un ensemble unique au monde, présent sur 4 continents. Avec notre réseau de plus de 1200 points de vente ancrés au coeur des territoires, au plus près des habitants, nos sites marchands, nos marketplaces et nos partenaires, nous agissons avec un sens partagé : **rendre l'habitat positif accessible.**

WE MAKE HOME A POSITIVE PLACE TO LIVE*



LE PROBLÈME

LA BARRE DE RECHERCHE NE
COMPREND PAS L'INTENTION



Où êtes-vous ?
[Choisir mon magasin](#)

Que cherchez-vous ?



Aide et contact

Me connecter

Mes listes

Mon panier

Produits

Pose et services

Nouveau ! PRO

Cours et tutoriels

Outils de conception

Fidélité

Bonnes affaires

Rénovation énergétique

Sponsorisé ⓘ

K'ARCHER

Nettoyez en douceur et
profitez de l'offre.

En profiter



Jusqu'au 31 mars

POUR TOUS
LES ADHÉRENTS



Jusqu'au 31 mars

CAP SUR

Jusqu'au 31 mars

MEUBLER



PAS DE CONTEXTE

PAS DE GUIDE

PAS DE CHEMIN VERS L'ACHAT

→ **UN ÉCART**





L'OPPORTUNITÉ

CE QUE LES DONNÉES NOUS ONT DIT 

AVANT DE CONSTRUIRE

ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS

PÉRIMÈTRE : Leroy Merlin FR

PÉRIODE : 2026.01.01 - 2026.01.31

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON :

195 590 REQUÊTES UNIQUES ALÉATOIRES requêtes clients →

1 385 710 au total

(13 % de toutes les requêtes en jan.)



ANALYSE DE LA LISTE DES CATÉGORIES
Création de la liste de catégories basée sur
l'analyse + expertise
(manuel)



CLASSIFICATION DES REQUÊTES CLIENTS
(LLM)
CONTRÔLE QUALITÉ
(LLM-as-judge)

ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS



ANALYSE DE LA LISTE DES CATÉGORIES
Création de la liste de catégories basée sur
l'analyse + expertise
(manuel)



- **PRODUCT DISCOVERY** : Product Search , Product Accessories and Compatibility , Product Comparison , Product List for Project
- **GUIDANCE** : DIY and Usage Guidance, Product Installation Guide
- **PLANNING & INSPIRATION** : Inspiration and Design, Project Planning
- **STOCK & LOGISTICS** : Product Stock and Availability, Delivery and Shipping , Order Status
- **STORE & SERVICES** : Store Information, Product Rental, Services, Quote Request, Appointment Booking
- **TRANSACTIONS & ACCOUNT** : Payment, Promotions and Discounts, Returns, Refunds, Loyalty and Pro Account , Account Management
- **SUPPORT** : After Sales Support, Technical Support, Customer Care, Human Agent Request, Email and Notifications, Website Usage
- **OTHER** : not relevant queries / not in previous categories



CLASSIFICATION DES REQUÊTES CLIENTS
(LLM)
CONTRÔLE QUALITÉ
(LLM-as-judge)

ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS

TOP 100 000 REQUÊTES LES PLUS POPULAIRES - JANVIER

CATÉGORIE	NB DE REQUÊTES	%
PRODUCT DISCOVERY	6 616 948	98 %
OTHER	37 972	0,5 %
GUIDANCE	21 081	0,3 %
PLANNING & INSPIRATION	14 581	0,2 %
TRANSACTIONS & ACCOUNT	12 349	
STORE & SERVICES	10 833	
STOCK & LOGISTICS	1 748	
SUPPORT	414	

REQUÊTES ALÉATOIRES - JANVIER

CATÉGORIE	NB DE REQUÊTES	%
PRODUCT DISCOVERY	1 348 432	97 %
OTHER	12 254	0,8 %
PLANNING & INSPIRATION	9 357	0,7 %
GUIDANCE	9 191	0,6 %
STORE & SERVICES	2 970	
TRANSACTIONS & ACCOUNT	1 927	
STOCK & LOGISTICS	1 253	
SUPPORT	326	

ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS

UNE PART SIGNIFICATIVE DES REQUÊTES SONT DES REQUÊTES D'INTENTION PROJET

LES CLIENTS NE FONT PAS QUE DU SHOPPING → ILS PLANIFIENT
→ ILS ONT BESOIN DE GUIDANCE AVANT D'ACHETER

A semi-transparent orange butterfly is positioned behind the word "RAGEDITO".

PRODUIT **RAGEDITO EN ACTION**



NOUS SOMMES EN PRODUCTION
LEROY MERLIN FRANCE
0,06 % DU TRAFIC

→ **VRAIS UTILISATEURS**
VRAIES REQUÊTES
VRAIS RÉSULTATS





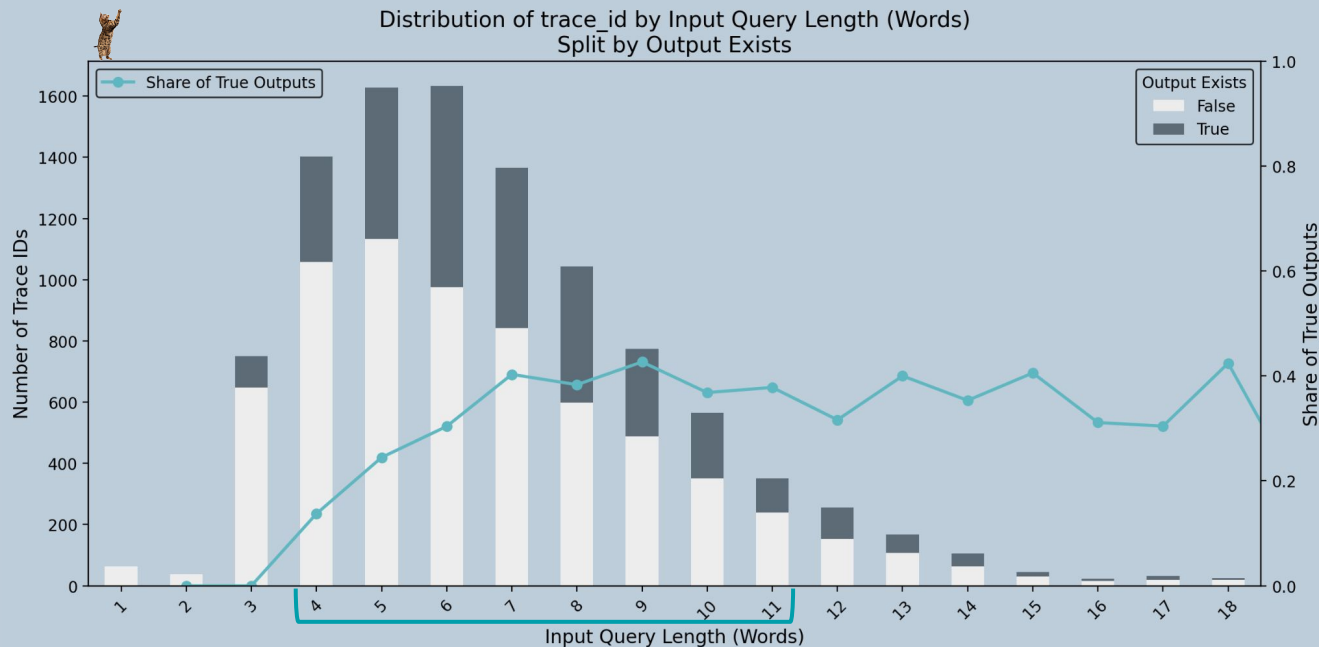
RÉALITÉ DE LA PRODUCTION

CE QUE LES DONNÉES NOUS DISENT MAINTENANT



QUEL EST LE POTENTIEL

ANALYSE DES INPUTS CLIENTS ET OUTPUTS MODÈLE RAGEDITO



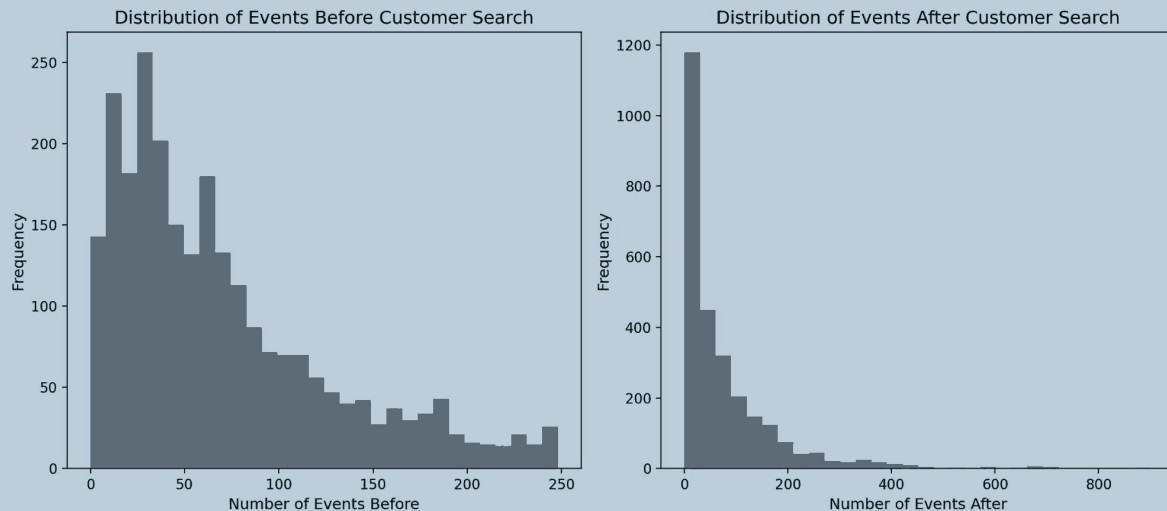
AMÉLIORATIONS POSSIBLES → Recherche suggestive

- Autocomplétion
- Encourager des requêtes plus descriptives (Essayez : Comment...)
- Expansion de requête : si requête = peindre mur → comment peindre un mur étape par étape

ANALYSE DES INPUTS CLIENTS ET OUTPUTS MODÈLE RAGEDITO



Distribution of Number of Events Before and After Customer Search



Les clients qui recherchent du contenu RAGEdito ont de l'activité avant et après leur recherche — RAGEdito fait partie du parcours client digital

Après avoir interagi avec RAGEdito, la majorité des clients quittent le site — le tutoriel a soit résolu leur besoin, soit échoué à le couvrir. Distinguer ces deux cas est la prochaine priorité analytique, en intégrant **le profil client** et les métriques correspondantes

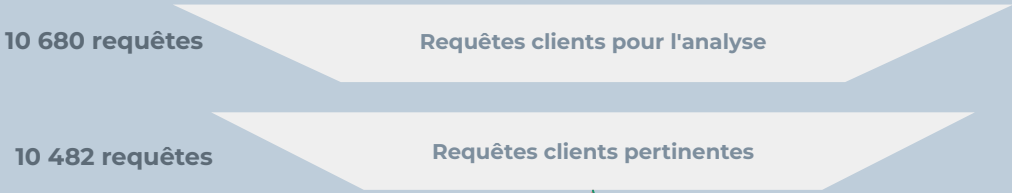
ANALYSE DES INPUTS CLIENTS ET OUTPUTS MODÈLE RAGEDITO

PÉRIMÈTRE : Leroy Merlin FR

PÉRIODE : 2026.02.01 - 2026.02.16

SOURCES DE DONNÉES :

Datadog traces LLM Observability



Requêtes clients SANS RÉPONSE

57 %

Requêtes clients AVEC RÉPONSE (tutoriel &/ shopping list)

43 %

33 %
FAQ



Requêtes admin / service
(commandes, factures,
horaires, fidélité, stock)

prendre rendez-vous salle de
bain
livraison point relais
aide après achat
magasin paris 75019

20 %
Product Search | Shopping list + DIY tips

Recherche
produit par
description/us
age/etc.

Untreated fir board,
L.200 x W.40 x D.5cm
Relais Wi-Fi Contrôle
des volets

4 %
Shopping list + DIY tips

Requête produit
liée à un besoin
éditorial

Toutes le matériel
nécessaire pour
faire un placard

9 %
Shopping list + DIY tips

Requête produit liée à
un besoin éditorial

Matériel pour palisser une
vigne sur un mur
Quel matériel pour monter une
cloison de placoplâtre ?

34 %
RAGEdito & Shopping list

Requête éditoriale :
Comment faire...
etc.

comment recolorer un évier en granit noir
comment faire un joint d'étanchéité dans
une douche
Comment détartre son chauffe-eau
électrique ?

ANALYSE DES INPUTS CLIENTS ET OUTPUTS MODÈLE RAGEDITO

10 680 requêtes

Requêtes clients pour l'analyse

Hors périmètre RAGEdito → 🦋

Automatiser les requêtes service via routage :

- Pages FAQ
- Chatbots
- Support
- Recherche Produit
- etc.

Requêtes clients pertinentes

Requêtes clients AVEC RÉPONSE (tutoriel &/ shopping list)

43 %

33 %
FAQ

20 %
Product Search | Shopping list + DIY tips

4 %

9 %
Shopping list + DIY tips

34 %
RAGEdito & Shopping list

Requêtes admin / service
(commandes, factures,
horaires, fidélité, stock)

Recherche
produit par
description/us
age/etc.

Requête produit
liée à un besoin
éditorial

Requête produit liée à
un besoin éditorial

Requête éditoriale :
Comment faire...
etc.

prendre rendez-vous salle de bain
livraison point relais
aide après achat
magasin paris 75019

Untreated fir board,
L.200 x W.40 x D.5cm
Relais Wi-Fi Contrôle
des volets

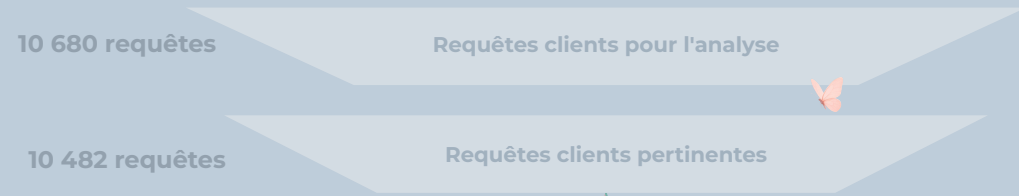
Toutes le matériel
nécessaire pour
faire un placard

Matériel pour palisser une
vigne sur un mur
Quel matériel pour monter une
cloison de placoplâtre ?

comment recolorer un évier en granit noir
comment faire un joint d'étanchéité dans
une douche
Comment détartrer son chauffe-eau
électrique ?

ANALYSE DES INPUTS CLIENTS ET OUTPUTS MODÈLE RAGEDITO

PÉRIMÈTRE : Leroy Merlin FR
PÉRIODE : 2026.02.01 - 2026.02.16
SOURCES DE DONNÉES :
Datadog traces LLM Observability



33 %
FAQ

20 %
Product Search | Shopping list + details

4 %

9 %
Shopping list+ DIY tips

34 %
RAGEditto & Shopping list

Requêtes admin / service
(commandes, factures,
horaires, fidélité, stock)

prendre rendez-vous salle de
bain
livraison point relais
aide après achat
magasin paris 75019

Recherche
produit par
description/us
age/etc.

Untreated fir board,
L.200 x W.40 x D.5cm
Relais Wi-Fi Contrôle
des volets

Requête produit
liée à un besoin
éditorial

Toutes le matériel
nécessaire pour
faire un placard

Requête produit liée à
un besoin éditorial

Matériel pour palisser une
vigne sur un mur
Quel matériel pour monter une
cloison de placoplâtre ?

Requête éditoriale :
Comment faire...
etc.

comment recolorer un évier en granit noir
comment faire un joint d'étanchéité dans
une douche
Comment détartrer son chauffe-eau
électrique ?

ANALYSE DES INTENTIONS DES REQUÊTES CLIENTS RAGEDITO



QUE DEMANDENT VRAIMENT LES CLIENTS ?



RAGEDITO ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS

ANALYSE D'ÉCHANTILLON

Identify the list of potential queries categories

(LLM)



ANALYSE DES CATÉGORIES RAGEDITO

Regrouper les catégories similaires

(manuel)



CLASSIFICATION DES REQUÊTES

(LLM)

CONTRÔLE QUALITÉ DES DONNÉES

(LLM-as-judge)

RAGEDITO ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS

ANALYSE D'ÉCHANTILLON

Identify the list of potential queries categories

(LLM)



ANALYSE DES CATÉGORIES RAGEDITO

Regrouper les catégories similaires

(manuel)



CLASSIFICATION DES REQUÊTES

(LLM)

CONTRÔLE QUALITÉ DES DONNÉES

(LLM-as-judge)



CATÉGORIE

%

Product Specifications	27,7 %
Project / Product Guidance	23,9 %
Product Installation	20,7 %
Project Planning	12,9 %
Product Usage	9,2 %
Inspiration & Design	2,4 %
Product Comparison	2 %
Product Compatibility	1,3 %

RÉALITÉ DE LA PRODUCTION

CE QUE LES DONNÉES NOUS DISENT MAINTENANT

POTENTIEL



RAGEDITO ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS

POTENTIEL À AJOUTER

→ SERVICES

→ INSPIRATION

→ CALCULATEUR / PLANIFICATION DE PROJET

→ COUVRIR L'INTÉGRALITÉ DU PARCOURS CLIENT

CATÉGORIE	%
Product Specifications	27,7 %
Project / Product Guidance	23,9 %
Product Installation	20,7 %
Project Planning	12,9 %
 Product Usage	9,2 %
Inspiration & Design 	2,4 %
Product Comparison	2 %
Product Compatibility	1,3 %

RAPPEL ??



LES CLIENTS NE FONT PAS QUE DU SHOPPING → ILS PLANIFIENT
→ ILS ONT BESOIN DE GUIDANCE AVANT D'ACHETER

ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS → POTENTIEL TRAFIC

En couvrant ces catégories, le trafic RAGEdito peut augmenter de



'DIY and Usage Guidance'

'Product List for Project'

'Product Installation Guide'

'Product Comparison'

'Product Accessories and Compatibility'

(instead / on top of Product Search)



+ 1.5 % DU TRAFIC

**Basé sur les 100 000 requêtes les
plus populaires**

ANALYSE DES INTENTIONS CLIENTS → POTENTIEL TRAFIC

En couvrant ces catégories, le trafic RAGEdito peut augmenter de

'DIY and Usage Guidance'
'Product List for Project'
'Product Installation Guide'
'Product Comparison'
'Product Accessories and Compatibility'
(instead / on top of Product Search)

En proposant une liste de courses de produits de différentes catégories

Influence →

AOV

Conversion rate

CTR

CSAT

+ 1.5 % DU TRAFIC 

Basé sur les 100 000 requêtes les plus populaires



CLIENT INTENTIONS ANALYSIS → POTENTIAL GMV

by covering these categories RAGEDITO traffic can increase by

'DIY and Usage Guidance'
'Product List for Project'
'Product Installation Guide'
'Product Comparison'
'Product Accessories and Compatibility'
(instead / on top of Product Search)



+ 1.5 % OF TRAFFIC

**Based on top 100 000
popular queries**



*En proposant une liste de courses de
produits de différentes catégories*

Influence →

AOV

Conversion rate

CTR

CSAT

POURQUOI 4 KPIs ?

PARCOURS UTILISATEUR DIFFÉRENTS



ATTENTES DIFFÉRENTES



MESURES DE SUCCÈS DIFFÉRENTES



1 | PROFIL UTILISATEUR 1 : LE VISIONNAIRE



1. REQUÊTE CLIENT

Requête d'Inspiration Vague : « Des idées pour une cuisine à la fois rustique et moderne ? »

2. BESOINS COMBALÉS & RÉSULTAT ATTENDU : INSPIRATION & IDÉES DE DESIGN



2 | PROFIL UTILISATEUR 2 : LE PLANIFICATEUR



1. REQUÊTE CLIENT

Requête Technique Précise : « Comment installer une étagère flottante sur du placo ? »

2. BESOINS COMBALÉS & RÉSULTAT ATTENDU : PRÉCISION TECHNIQUE & GUIDAGE ÉTAPE PAR ÉTAPE

liste de découpe pour le bois

Quantité d'Outils

Quantity	1
Woot	2
Woot	1
Quantity	1

Unité

SKUs	
85.27" SKUS	589700
83.34" SKUS	55000
81.3" SKUS	45000

Precise Tool List

SKU	
85.27" SKUS	589700
83.34" SKUS	55000
81.3" SKUS	45000



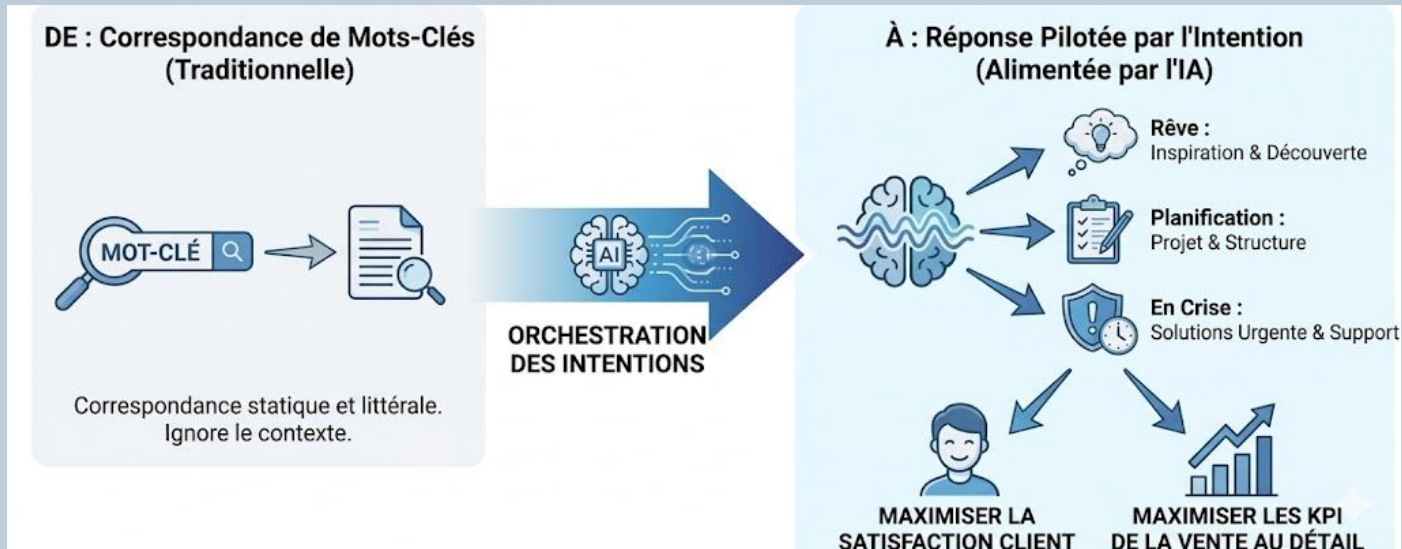
Schéma illustré
détaillé avec
conseils
techniques

Guides
d'installation
méthodiques

L'AVANTAGE DE COMPRENDRE L'INTENTION

PRECISION DANS CHAQUE INTERACTION

En identifiant l'état psychologique spécifique d'un utilisateur (qu'il soit en train de rêver, de planifier ou en situation de crise), nous pouvons adapter dynamiquement notre logique de réponse pour maximiser à la fois la satisfaction client et les indicateurs clés de performance (KPI) de la vente au détail.

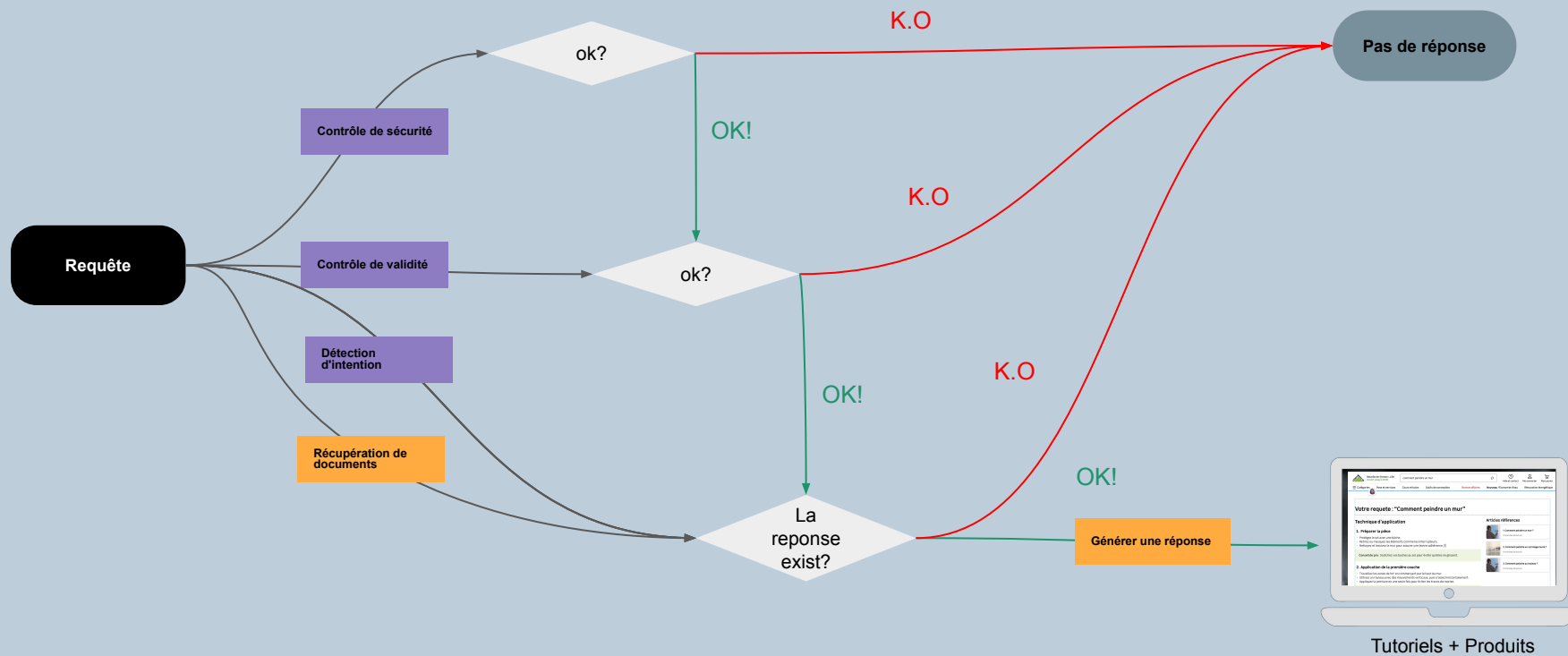


La Réalisation

Après le QUOI et POURQUOI, COMMENT?

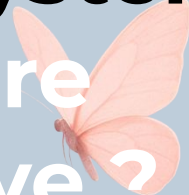


UN COMPOSANT RAG STANDARD ... AVEC UN PETIT PLUS

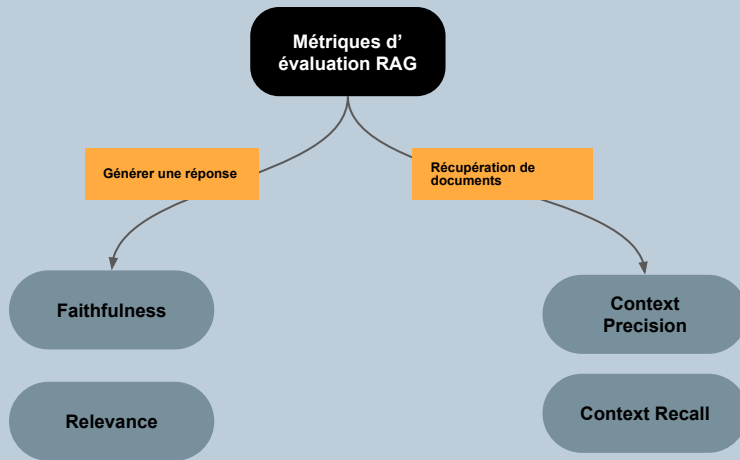


**Comment mesurons-nous la
performance de notre système ?**

**Et comment le faire
de manière évolutive ?**



Les métriques RAG standard ne suffisent pas...



Métriques basées sur des rubriques

Exemple:

« Idées pour une cuisine rustique mais moderne ? »

Rubriques générées par Google GenAI Evals:

1. Correspondance au style demandé.
2. Diversité des idées/matériaux proposés.
3. Utilisation d'un langage descriptif et sensoriel.

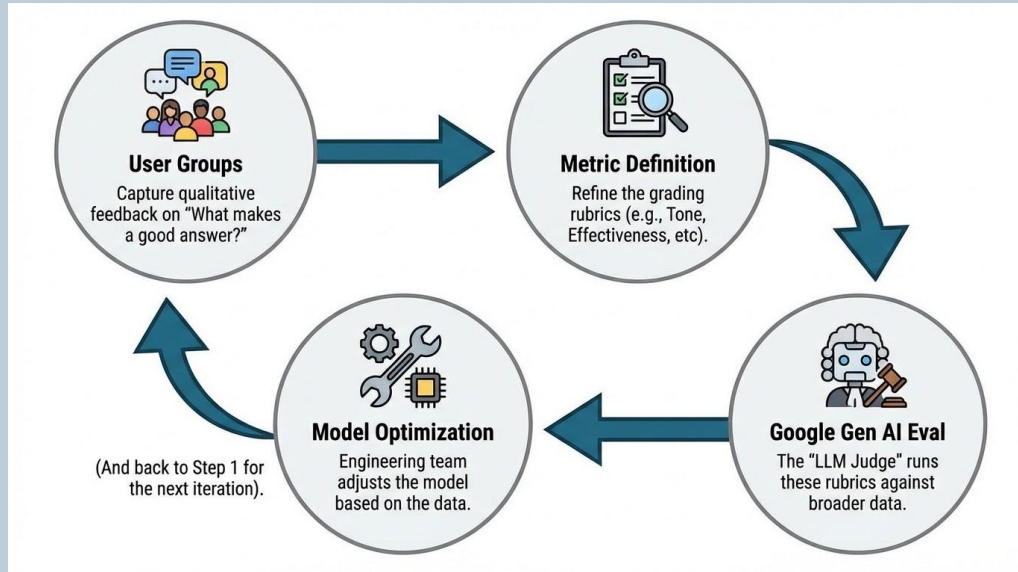
Métriques basées sur des rubriques

Lors de l'évaluation, le service d'évaluation Gen AI évalue la réponse en fonction de chaque rubrique :

- **Rubric 1:** Correspondance au style demandé.
 - **Verdict:** Pass
 - **Reason:** ...
- **Rubric 2:** Diversité des idées/matériaux proposés.
 - **Verdict:** Pass
 - **Reason:** ...
- **Rubric 3:** Utilisation d'un langage descriptif et sensoriel.
 - **Verdict:** Fail
 - **Reason:** ...

Conclusion : «La réponse obtient un taux de réussite de 66,7 % car, bien que précise et variée, le langage n'est pas jugé assez engageant.»

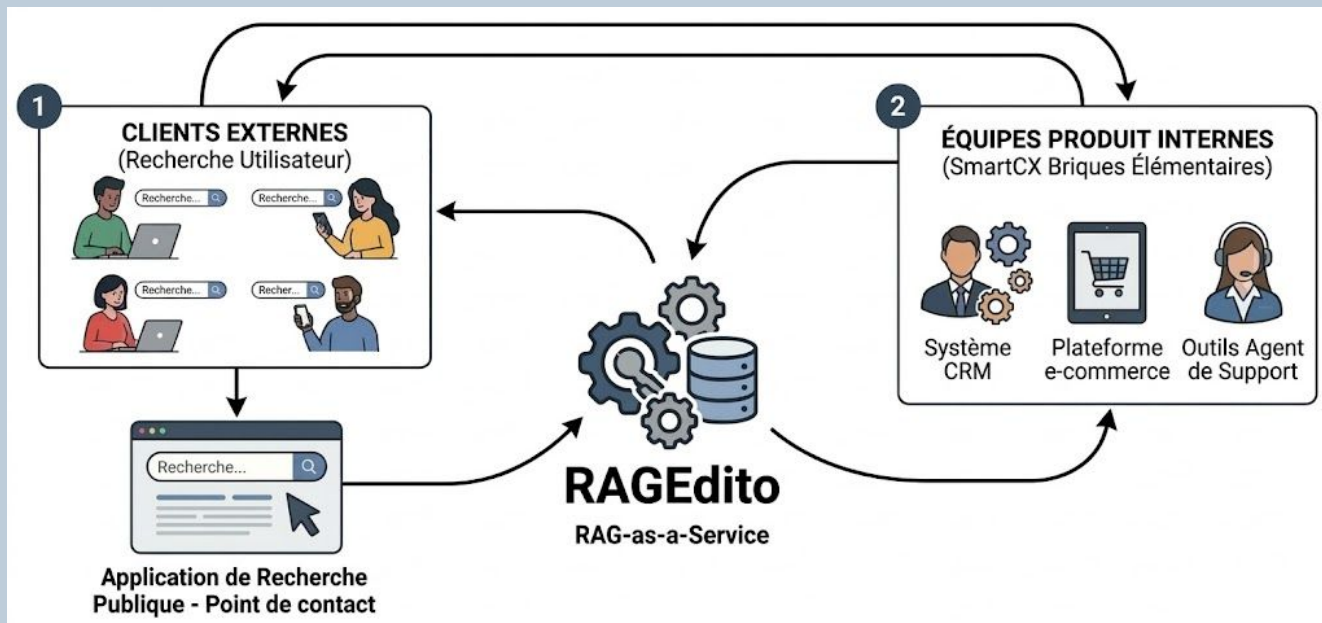
BOUCLE DE RÉTROACTION CONTINUE



L'utilisation conjointe des **études de groupes d'utilisateurs** et du « **LLM-as-a-Judge** » permet de traduire la valeur qualitative humaine en métriques techniques quantitatives à grande échelle.

What's next?:

Philosophie de « Briques Élémentaires »



What's next: "Building Block" Philosophy

- Les équipes internes peuvent exploiter notre API pour créer des outils spécialisés garantissant une expérience intelligente « **SmartCX** » cohérente sur l'ensemble du site.
- Le double flux de feedbacks (consommateurs direct et indirect) permet d'affiner le moteur central avec précision.

CONCLUSION



Takeaways

- **Le succès d'un projet de RAG ne s'arrête pas à sa mise en production ;** il commence au premier feedback utilisateur.
- **Aller au-delà du RAG :** On peut promouvoir des contenus, offres et solutions adaptées aux utilisateurs en fonction de leur intention.

EQUIPE D'ADVANCED SEARCH



PRODUCT DEV TEAM



GAUDERIC SELLIER



INES CHARLET /
JULIEN HEU



FRANCOIS
GAILLARD



GREGORY
MARFJAN



UX MAXIME
BOULOGNE

AI ENABLER TEAM



NAIL KHUSAINOV



ZI WANG



SVETLANA
VASIUKOVA



EKATERINA
REZANOVICH



THOMAS QUESTE



ADRIEN
LEGRAND

MERCI



ZI WANG



EKATERINA
REZANOVICH