



COMMENT BOOSTER VOTRE TAUX DE
CONVERSION EN LIGNE?

27 MARS 2018

1. PETIT RAPPEL: Le taux de conversion pour un site eCommerce

- Il peut se définir comme étant le **pourcentage de visiteurs ayant effectué un achat par rapport au nombre de visiteurs total**:

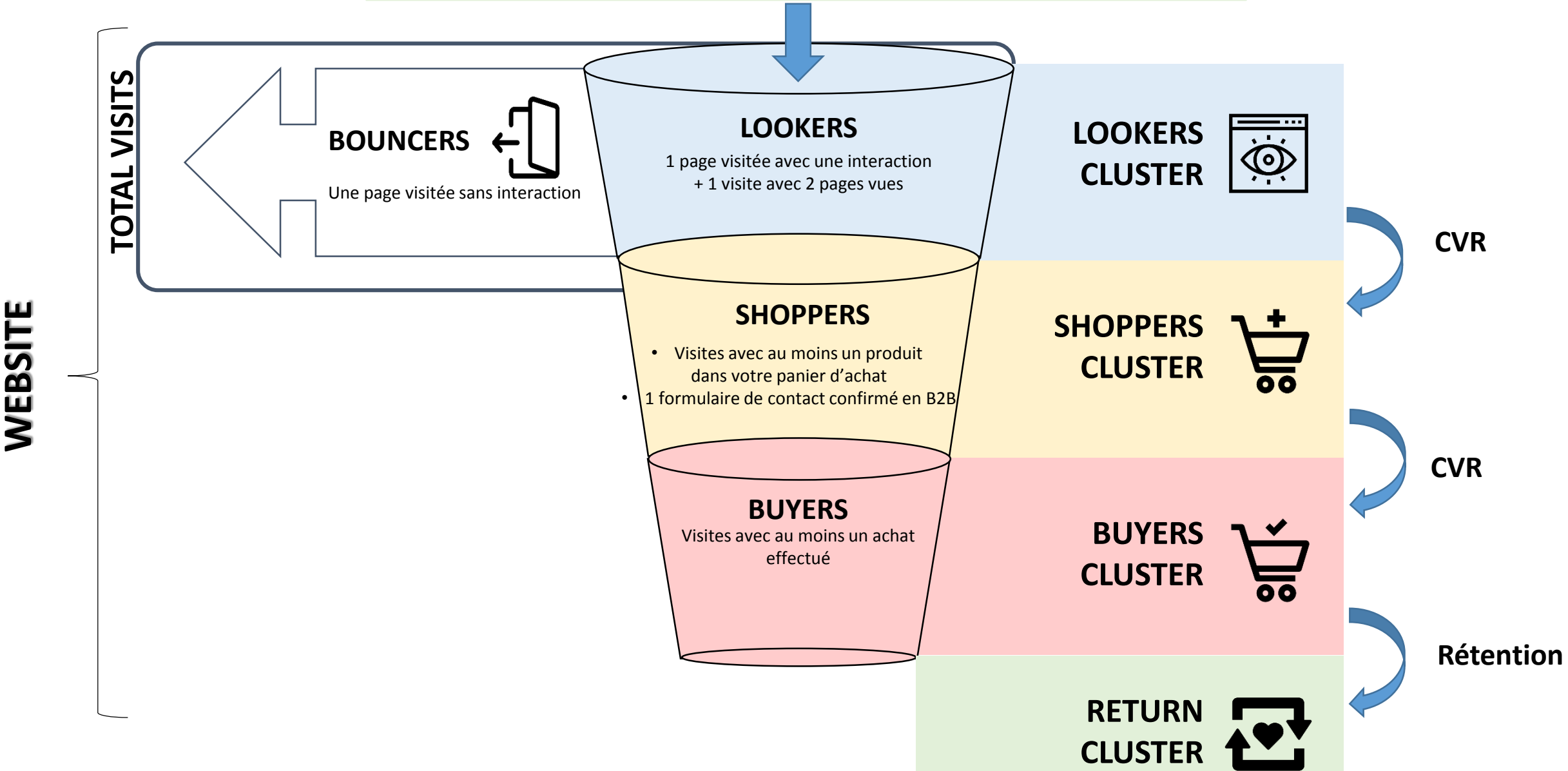
➤ **$[(\text{ACHETEURS}/\text{VISITEURS}) * 100]$**

- Le taux de conversion est l'indicateur clé pour tout site eCommerce.



2. DEFINIR VOTRE TUNNEL D'ACHAT/ VOTRE ENTONNOIR DE CONVERSION

AWARNESS: online Media / SEA / SEO / Direct traffic / email / Social



3. SEGMENTER VOTRE BASE DE DONNEES

- En découpant votre base de données clients, en sous ensemble homogènes et cohérents, vous bénéficierez d'une approche commerciale performante avec un taux de conversion plus élevé.

Exemple: le Nouveau Membership programme chez Nespresso

AMBASSADOR III
EXPERT II
CONNOISSEUR I



- Avantages et fidélité récompensée

Plus vous restez longtemps client chez Nespresso, plus vous pouvez bénéficier de bénéfices exclusifs :



LIVRAISON GRATUITE



ATELIERS CAFÉ



KIT DE DÉTARTRAGE GRATUIT



15% DE RÉDUCTION SUR LES ACCESSOIRES



PRIVILÈGE NOUVEAUTÉ MACHINE



AVANT-PRÉMIÈRES



VENTES VIP

Créer des contenus personnalisés suivant vos segmentations clients



Résultats

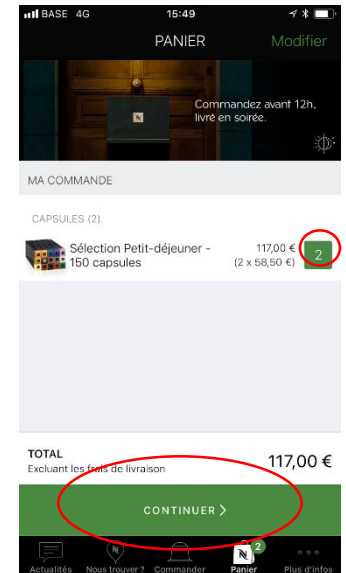
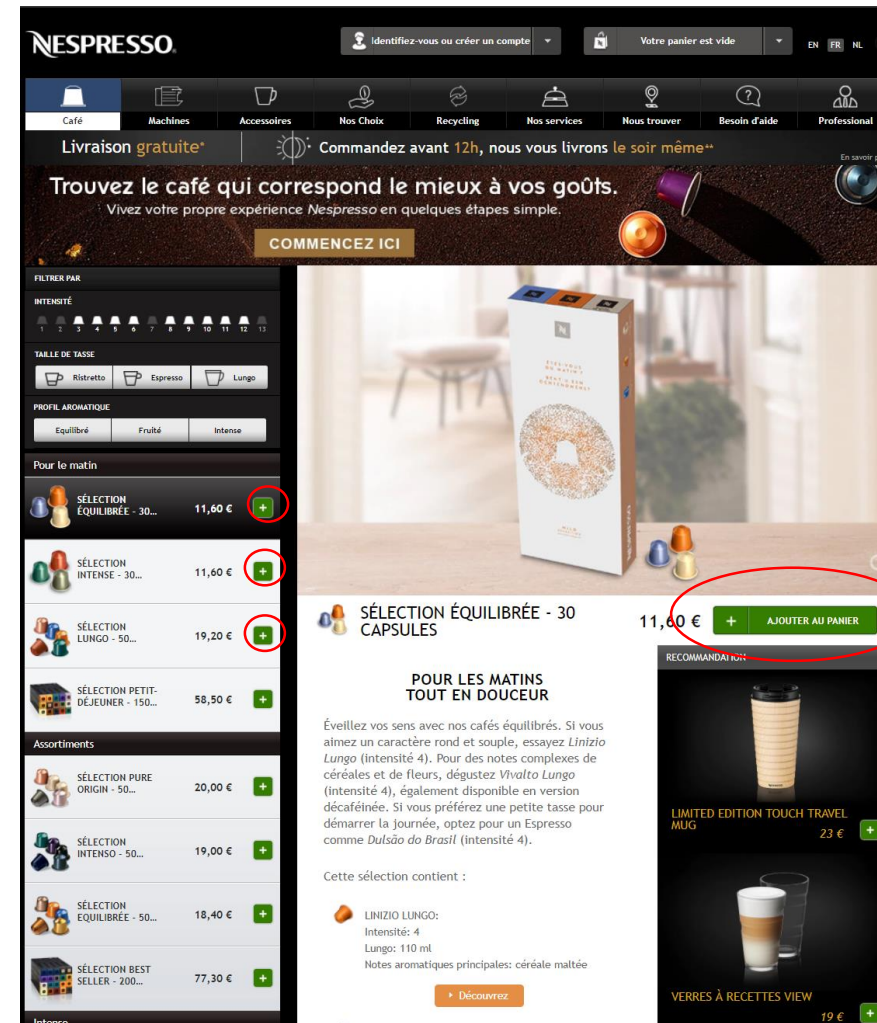
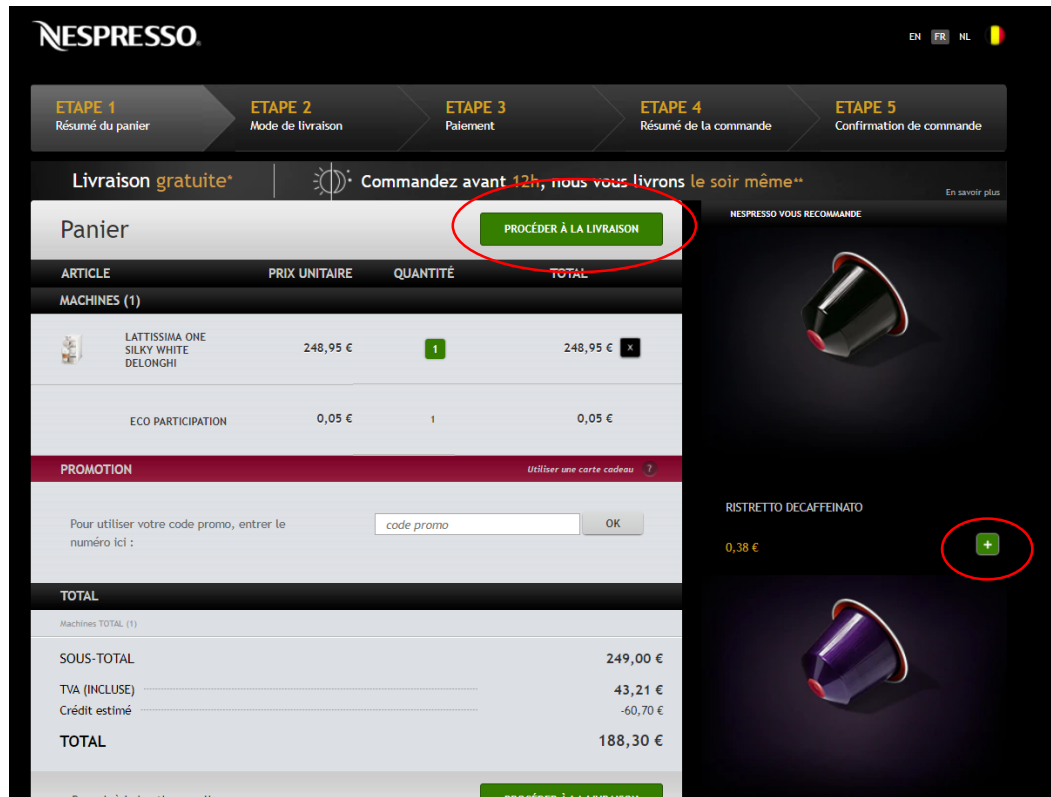
Forte croissance du taux de conversion depuis nos emails

Nette évolution du taux de conversion lorsqu'un client se connecte à son compte en ligne avec un contenu personnalisé suivant son profil client

Plus votre message est ciblé, meilleure sera votre conversion

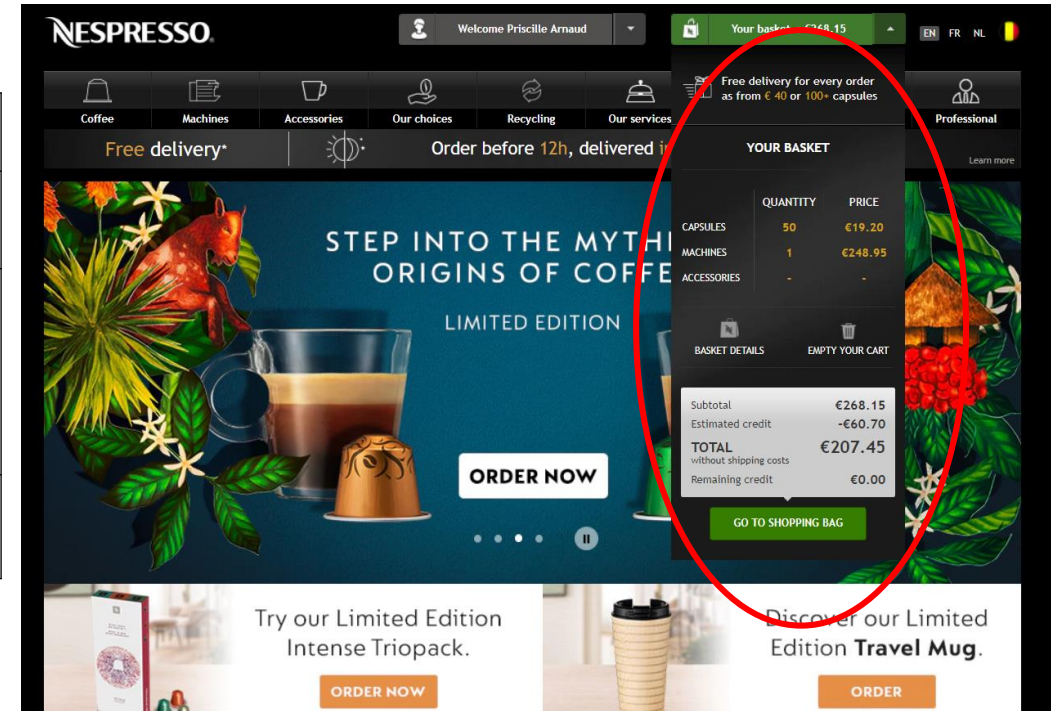
4. DESIGN ET ERGONOMIE

1. Une claire orientation du clic



2. Vos boutons d'action clairs et incitatifs => AB TESTING

Test Description	
Objectives	Accroître le taux de conversion des Shoppers en Buyers
Hypothèse	Basé sur l'analyse du tunnel de conversion via GA, nous avons identifié une possibilité d'améliorer l'accès à la page panier. Nous avons réalisé que le bouton d'action "procéder à la commande" était trop engageant à ce stade.
Scenario	Simplement changer les mots du bouton d'action de " procéder à la commande " à " accéder au panier "



 **+ 1 point (%)** de gagner du nombre total de « Shoppers » qui accèdent à la page panier.

Learning: Les plus simples AB testings sont souvent les plus performants.

3. Afficher une jauge de progression pour que le client puisse visualiser les étapes

NESPRESSO EN FR NL

ETAPE 1 Résumé du panier

ETAPE 2 Mode de livraison


ETAPE 3 Paiement

ETAPE 4 Résumé de la commande

ETAPE 5 Confirmation de commande

Livraison gratuite* | Commandez avant 12h, nous vous livrons le soir même** En savoir plus

Panier PROCÉDER À LA LIVRAISON


ARTICLE	PRIX UNITAIRE	QUANTITÉ	TOTAL
MACHINES (1)			
 LATTISSIMA ONE SILKY WHITE DELONGHI	248,95 €	1	248,95 €
ECO PARTICIPATION	0,05 €	1	0,05 €

PROMOTION Utiliser une carte cadeau ?

Pour utiliser votre code promo, entrer le numéro ici : OK

TOTAL

NESPRESSO VOUS RECOMMANDE



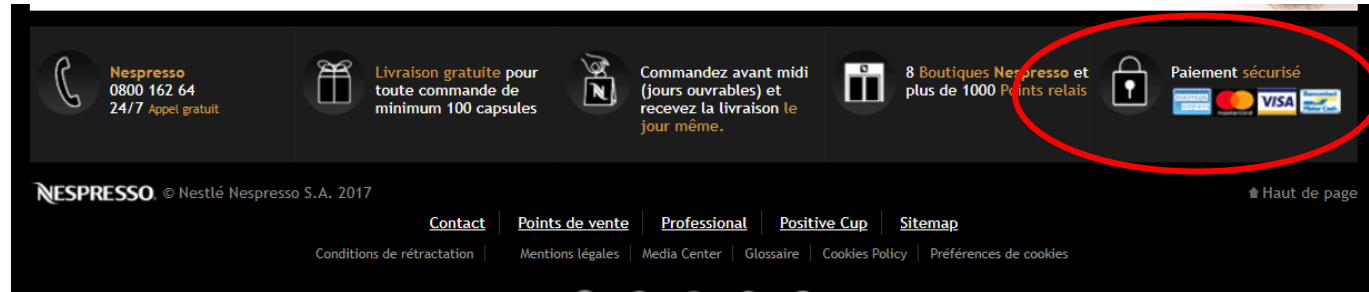
RISTRETTO DECAFFEINATO

0,38 €

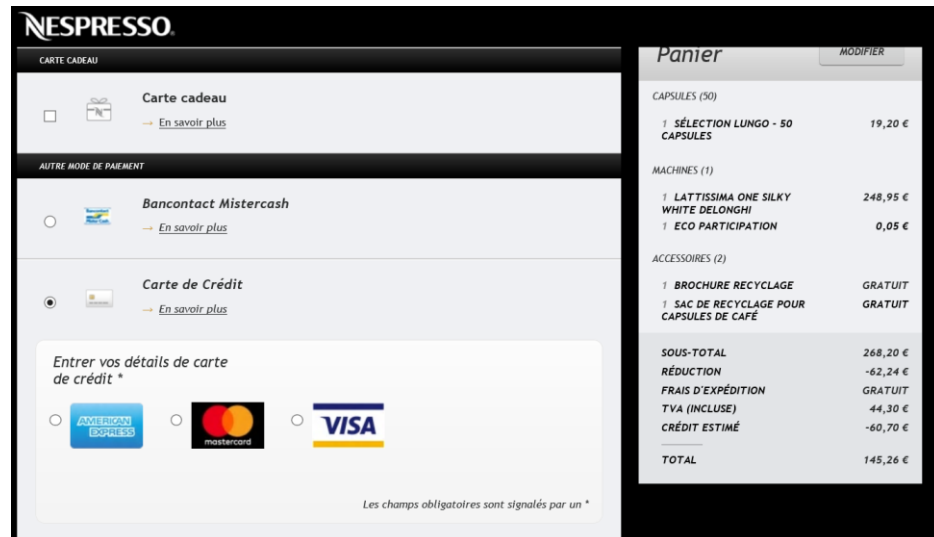
4. Moyens de paiement claires et concis

- mentionner vos moyens de paiement sécurisés depuis votre home page

Exemple dans le footer de votre Home Page



- Garder des étapes de validation et de paiement claires et concises

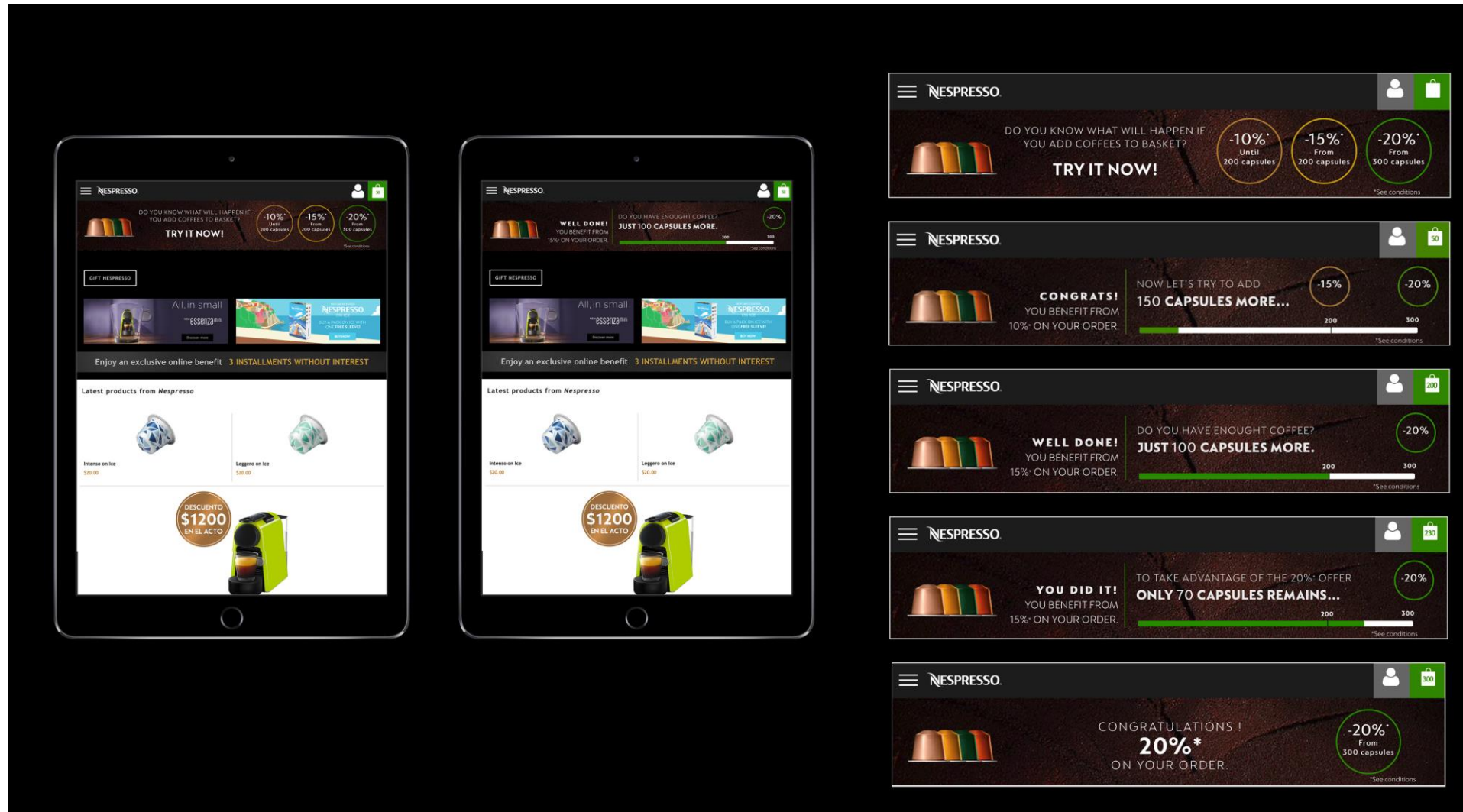


Soon....

5. UX ET PERSONNALISATION

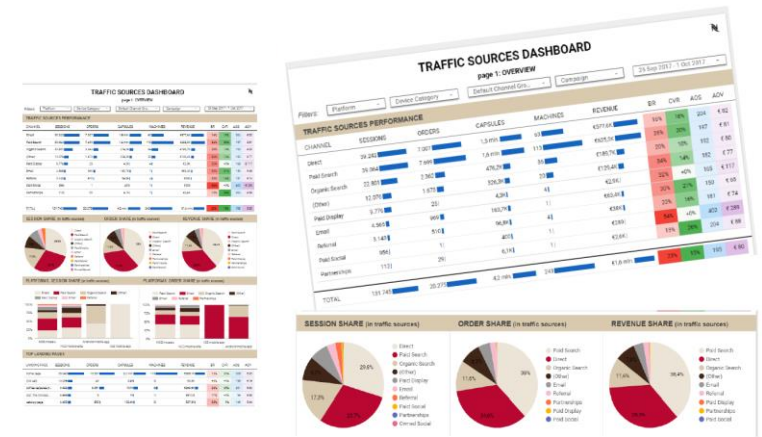
L'UX est le meilleur moyen d'engager vos utilisateurs

- Mettre en place des micro-interactions (**gamification**) afin de rendre vos internautes actifs dans leur navigation, notamment en personnalisant le parcours d'achat. Une fois vos utilisateurs engagés, vos chances de convertir sont **multipliées par 5**.

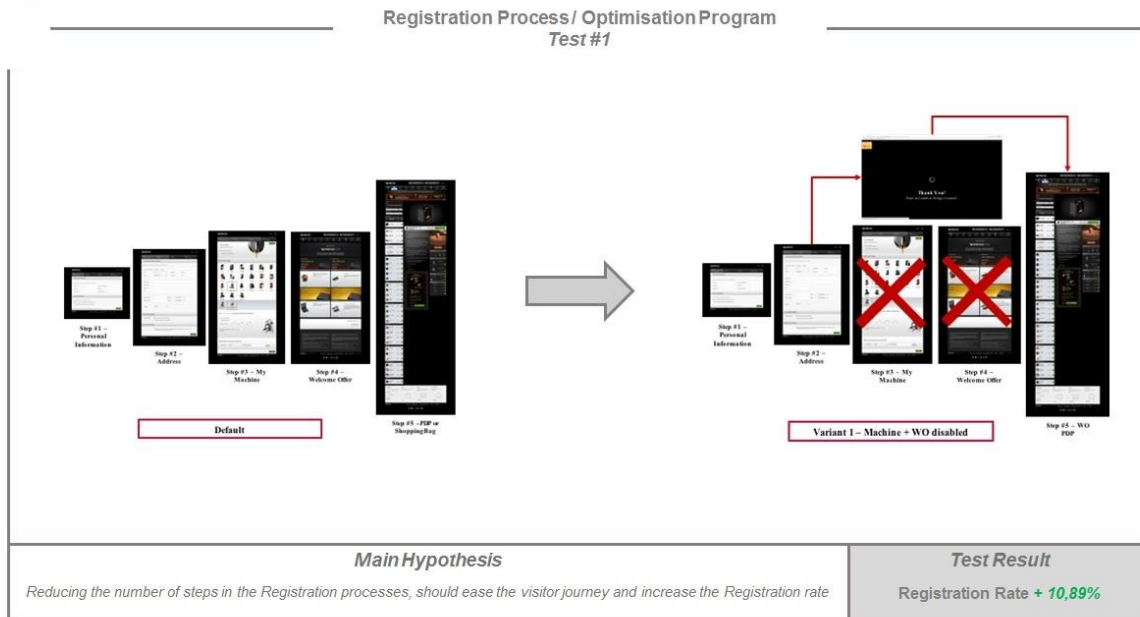


6. A/B TESTING

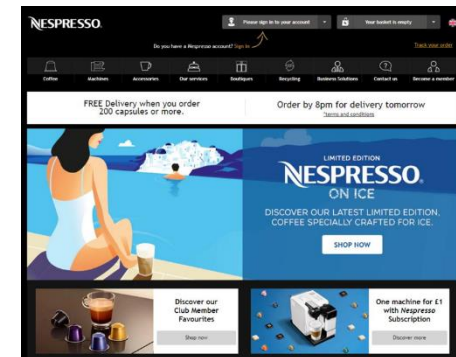
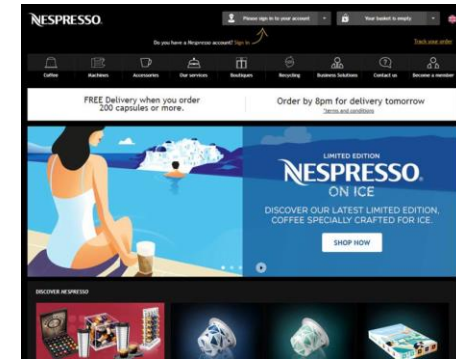
- Analyser
- Mesurer
- Tester / tester et re tester!



Optimiser et réduire les étapes pour s'enregistrer.



Sliders vs no sliders



7. CONSISTENCE DU MESSAGE DANS LE PARCOURS CLIENT

Etre consistant avec votre message sur tous les appareils mobiles et fixes depuis la source de trafic => + votre message est consistant, meilleurs seront vos taux de conversion

Sources de traffic

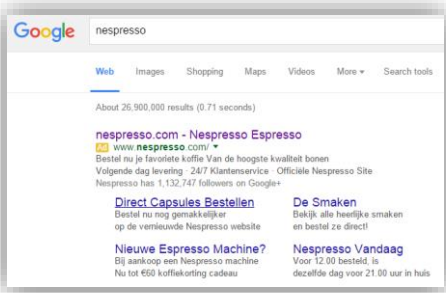
Site eCommerce

Landing Page

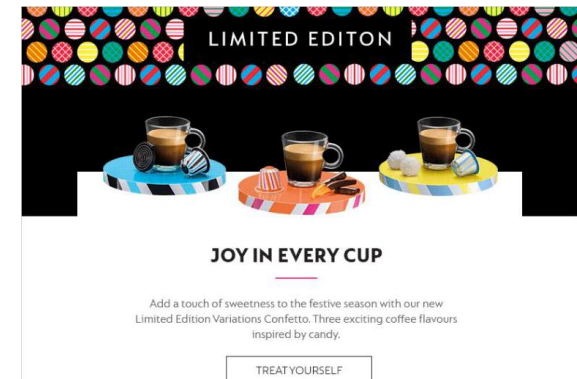
Instagram SOCIAL



SEO / SEA



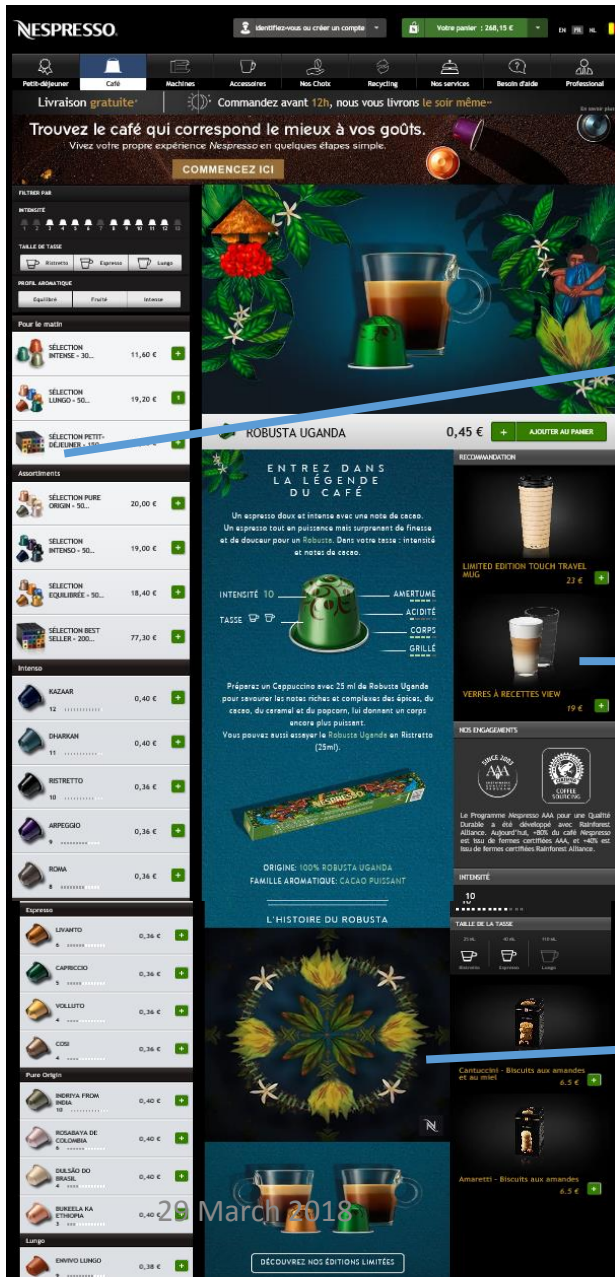
EMAIL



8. CRÉER UNE STORYTELLING DE VOS PRODUITS

Exemple: Limited Edition: Robusta Uganda

Vos prospects n'ont pas envie de lire un texte rébarbatif, mais **de rêver, d'être surpris...** Bref, de ressentir des émotions positives => ainsi ils seront beaucoup plus engagés!

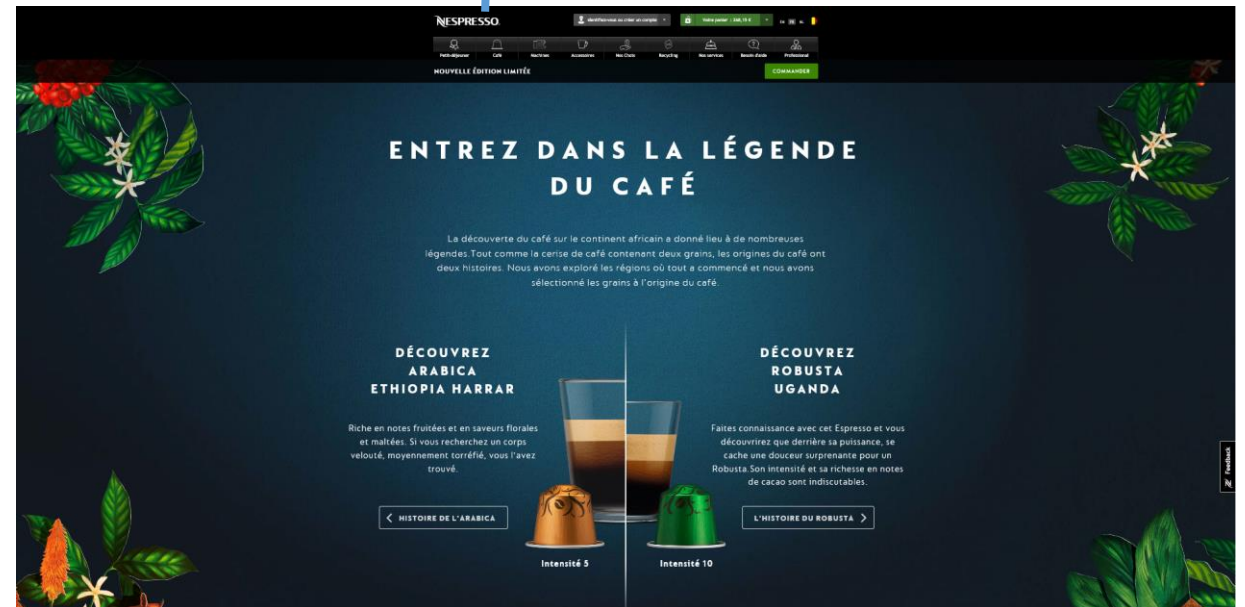


Pack virtuel

Cross-selling

Vidéo du produit

Landing Page



9. LA LIVRAISON OU VOS SERVICES PREMIUMS

- Mettez en avant sur plusieurs de vos pages ce qui vous distingue de vos concurrents: votre valeur ajoutée / vos services premiums si vous en avez!

Exemple chez Nespresso:
La livraison le jour même

- Mettez en avant tous vos modes de livraison depuis le footer dans votre home page.

The screenshot shows the Nespresso website interface. At the top, there is a navigation bar with the Nespresso logo on the left and a user account link 'Identifiez-vous ou créer un compte' on the right. Below the navigation bar is a secondary menu with icons and labels for 'Petit-déjeuner', 'Café', 'Machines', 'Accessoires', 'Nos Choix', 'Recycling', 'Nos services', 'Besoin d'aide', and 'Professional'. A red box highlights a banner below this menu that reads 'Livraison gratuite*' and 'Commandez avant 12h, nous vous livrons le soir même**'. Below the banner are three promotional cards. The first card features a Nespresso coffee machine and a glass of coffee, with a large orange circle containing '25% DE RÉDUCTION'. The text next to it says 'SUBLIMEZ VOTRE CAFÉ DU MATIN' and 'Profitez d'une réduction de 25% sur une nouvelle machine Nespresso à l'achat d'au moins 50 capsules.' with a 'COMMANDEZ' button. The second card shows a box of coffee capsules and says 'Pour les matins intenses: notre sélection intense de 30 capsules.' with a 'COMMANDEZ' button. The third card shows a travel mug and says 'Découvrez notre Travel Mug Édition Limitée.' with a 'COMMANDEZ' button.

10. VITESSE DE CHARGEMENT DE VOTRE SITE ECOMMERCE

D'après Google, 53% des visiteurs s'en vont si le temps de chargement est supérieur à 3 secondes...

- La vitesse est un critère important pour fidéliser et faciliter la navigation de vos visiteurs sur votre site jusqu'au panier d'achat
- Effectuer le test via [PageSpeed Insights](#) – Google developers puis vous obtiendrez des suggestions d'optimisation.
- La vitesse de chargement est également un critère pris en compte par Google pour le référencement naturel (SEO).



A high-angle, wide shot of a lush mountain valley. The foreground is dominated by large, vibrant green banana leaves. In the middle ground, a small village with several buildings is nestled in a valley. The background features steep, forested mountains under a sky filled with large, white, billowing clouds. Sunlight breaks through the clouds, creating a bright, hazy atmosphere. The overall scene is one of natural beauty and tranquility.

THANK YOU