

 webinaire

E-commerce : Boostez vos performances en 2024

21.09.23



Qui est Marque Digitale ?



Plus qu'une agence, un partenaire digital à vos côtés



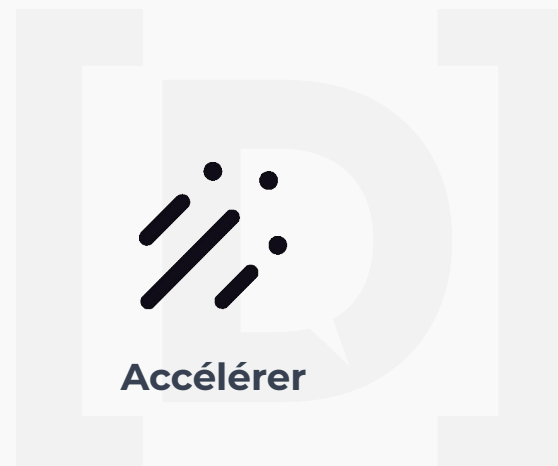
Construire



Rythmer



Accélérer



Agence web orientée Marketing & Résultats

MARQUE DIGITALE est une agence webmarketing 360° spécialisée dans la stratégie et la mise en place de vos leviers d'acquisition marketing. Nous vous accompagnons à concevoir vos stratégies et réaliser le plan d'action adapté en fonction de vos enjeux de développement :

- Notoriété,
- Branding,
- Acquisition,
- Fidélisation,
- Génération de leads.

MARQUE DIGITALE vous accompagne tout au long de votre stratégie de communication de marque

Notre savoir-faire

- **Site Internet** | Création / Refonte
- **Bases de données** | Gestion / alimentation
- **E-mailing** | Création de campagne / animation
- **Rédaction** | Création de contenus
- **Branding** | Branding et structuration de la marque
- **Réseaux Sociaux** | Animation / Modération / Stratégie
- **Acquisition de trafic** | Campagne SEA / Référencement SEO



Votre stratégie Web-Marketing au cœur de vos performances en ligne. Digitalisez vos services pour cibler et générer d'avantage de "leads".



Pierre Donnet



**Expert ecommerce & Branding chez
Marque Digitale**



Fondateur de la marque Subtle Shoes

pierre@marquedigitale.fr



**Si on ne vend pas au quotidien,
comment peut-on créer un site internet
e-commerce de qualité ?**

 **sommaire**

État des lieux du e-commerce

On commence par les bases

Optimiser les conversions

Augmenter les prospects



États des lieux

La fréquence d'achat sur internet **continue à augmenter** et le montant moyen d'une transaction **à baisser**. Ces évolutions sont le reflet des comportements d'achat sur internet qui concernent de plus en plus tous les produits du quotidien.

-7%

Pour les ventes de produit par rapport à 2021
Mais **+33%** par rapport à 2019

+9,9%

De ventes dans le secteur du BtoB
Par rapport à 2021

65€

Augmentation du panier moyen en 2022 **+6,9%** par rapport à 2021

Évolution du web

2016

Augmentation par
3 des **recherches**
vocales

2018

Toutes les pages
en **HTTP** sont
notifiées comme
étant « **non**
sécurisées » sur
les navigateurs

2017

Google préconise
donc un temps de
chargement par
page de **moins de 3**
secondes (en 4G)

2020

2/3 du temps
passé sur
Internet est ainsi
passé **sur**
smartphone.

2021

3D secure avec
authentification sur
application mobile de la
banque du client

2022

Augmentation de la
résolution mobile
19,5/9 (écran plus long)

2023

62% des consommateurs
préfèrent utiliser un chatbot
online vs 38% qui préfèrent
attendre une intervention
humaine.



Ecommerce : Boostez vos performances

**On commence
par les bases**



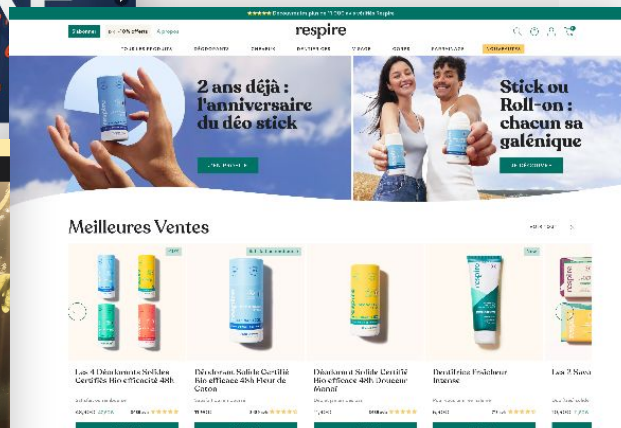
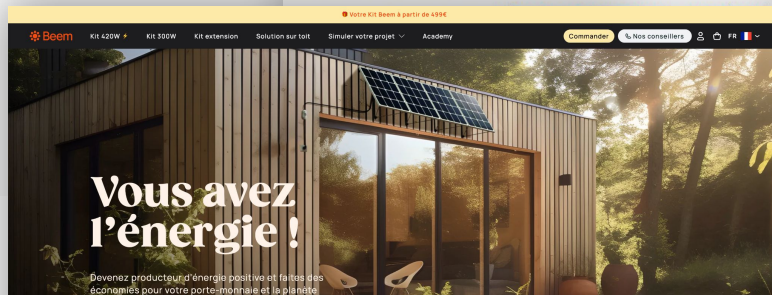
Une page d'accueil efficace.

Il est impératif que la page d'accueil d'un site e-commerce soit personnalisée en fonction de l'activité, et de la niche.

+ de 9 visiteurs sur 10 déclarent que le design et les visuels sont les facteurs principaux de leur décision d'achat.



Il faut savoir que **3 secondes** vont suffire à l'utilisateur pour qu'il se fasse une opinion et décide de rester ou quitter votre boutique en ligne.



Une page d'accueil efficace.

Au-dessus de la ligne de flottaison

un titre d'entête et des visuels accrocheurs

Un menu de navigation simplifié dans la mesure du possible

Une offre visible pour capturer l'intérêt

Un appel à l'action direct

Un panier d'achat facile d'accès

Une barre de recherche (lorsque le nombre de produits est élevé)

The screenshot displays the Kazidomi website homepage. At the top, there is a navigation bar with the brand name 'KAZIDOMI', a search bar, and a 'Devenir membre' button. Below the navigation, a large promotional banner features the headline 'Vos courses saines et durables sans vous ruiner.' and lists benefits such as '4000+ produits sains approuvés par des experts', 'Livraison en 48h à domicile ou en point relais', and 'Jusqu'à 50% moins cher en devenant membre'. A 'Faire mes courses' button is prominently displayed. Below the banner, a 'Les meilleures ventes' section shows a grid of products with their names and prices. At the bottom, a category navigation bar includes 'Epicierie', 'Boissons', 'Bébé', 'Santé', 'Beauté', 'Maison', and 'Kazidomi'. A red lightbulb icon is overlaid on the page, pointing to a text box that reads: 'La mémoire à court terme peut uniquement retenir un maximum de 7 éléments à la fois.'

Une page d'accueil efficace.

En dessous de la ligne de flottaison

Ligne de produits (20/80 ou sélection du moment)

Extraits d'articles de blog, vidéos, et autres éléments de contenu pour affirmer votre expertise

Preuve sociale : témoignages clients, recommandations, mentions médias, et mentions presse



Surveillez le taux de rebond
Utilisez les heatmaps ou
cartes de chaleur

Excellent ★★★★★ O'REVIEWS...
4.47/2043 avis

Les meilleures ventes

Épiceries Boissons Délicé Desserts Santé Maison

BESTSELLER	BESTSELLER	BESTSELLER	BESTSELLER	BESTSELLER	BESTSELLER	BESTSELLER	BESTSELLER	MEILLEUR
Croûtes d'Arôme, Barre Énergie Bio... Choix... 40g 1.99€ 000 2.04€	Kazidomi, Poudre de Cacao BIO 300g 4.84€ 000 4.00€	Nut'Avant, Flocons de Laiton Nature 500g 5.72€ 000 4.00€	Kazidomi Vrac, Praline Chocolat 80% en vrac... 500g 7.66€ 000 10.44€	Le Pain des Fleurs, Tartines Croquantes Au Sarrasin 6... 100g 2.84€ 000 3.44€	Kazidomi Vrac, Lentilles Côtelées en vrac BIO 1kg 3.83€ 000 4.44€	Daniou, Petit Compote Pack Mix Défense BIO 6 x 90g 7.09€ 000 8.44€	Kazidomi Vrac, Flocons d'avoine Bio en vrac BIO 800g 2.71€ 000 3.44€	Kacô, Bio-cop 250g 0.17€ 000 1.44€

Voir le boutique

Toutes vos courses en un clic

Épicerie Boissons Bébé Santé Beauté Maison Kazidomi

Vous allez adorer faire vos courses sur Kazidomi

- Un large choix de produits de qualité
- Nos conseils d'experts pour améliorer votre quotidien
- Des prix avantageux et promotions en continu
- La livraison rapide et un service client aux petits oignons

Besoin d'inspiration ?

Tout pour l'apéro Vrac Grande formats Sport

Moins de 2€ Épicerie vegan Les packs avantageux Boissons festives

Devenez membre

Economisez 300€ par an en moyenne

Prix annuel **59€/an**
soit 4.92€/mois

Inscrivez-vous et bénéficiez de :

- ➔ Réductions jusqu'à -50%
- ➔ Promotions exclusives et cadeaux tout au long de l'année
- ➔ Livraison gratuite en point relais dès 69€

Client avisé 2 months ago

★★★★★
4.47/2043 Avis

Excellent O'REVIEWS...
alexandra

La commande est reçue rapidement et ce c'est le top je peut trouver pleins de choses sans gluten, et les commandes aussi sont top bref j'adhère complètement, merci kazidomi.

Client avisé 2 months ago

Devenez membre 94%

Des catégories optimisées.

Une expérience client fluide, ça passe aussi par des pages de catégories optimisées. Certaines boutiques ont un catalogue produit très fourni, des filtres sont alors indispensables.

7 conseils pour optimiser ses filtres produit :

1. Choisir l'endroit optimal pour les filtres (vertical gauche, horizontal haut)
2. Donner la possibilité de cocher différentes valeurs de filtre
3. Montrer les filtres qui ont été appliqués
4. Proposer des filtres personnalisés selon votre secteur
5. Classer les filtres par ordre d'importance ou de popularité
6. Afficher le nombre de produits selon les filtres
7. Optimisez les filtres sur mobile

The screenshot displays the TIPTOE website's category page for dining tables. The navigation bar includes the brand name 'TIPTOE', a search bar, and links for 'SHOP', 'DURABILITÉ', and 'SERVICE PRO'. Below the navigation, there are several filter tabs: 'Nos offres', 'Jardin', 'Pieds de table', 'Tables et bureaux', 'Étagères', 'Chaises et tabourets', 'Lampes', 'Canapés', 'KIDS', and 'Mobilier pro'. A promotional banner at the top right offers a 25% discount on selected products.


The main content area is titled 'Tables à manger' and features a large image of a dining table with chairs. Below this, there are several filter options: 'Matières' (Materials) and 'Nombre de places' (Number of seats). The 'Nombre de places' filter is expanded, showing options for 2 to 4 seats (5 products), 4 to 6 seats (7 products), 6 to 8 seats (4 products), and 8 to 10 seats (3 products). Below the filters, there are several product listings, each with an image, a title, a price, and a color selection tool. The products shown include a 'Table bistrot MOKA - chêne massif' (439,00€), a 'Table à manger NEW MODERN - bois ancien recyclé' (starting at 1099,00€), a 'Table à manger ronde NEW MODERN - bois ancien recyclé' (1299,00€), a 'Table à manger NEW MODERN - bois éco-certifié' (starting at 1099,00€), and a 'Table ronde NEW MODERN - bois éco-certifié' (899,00€). There are also 'Best seller' labels on some products.

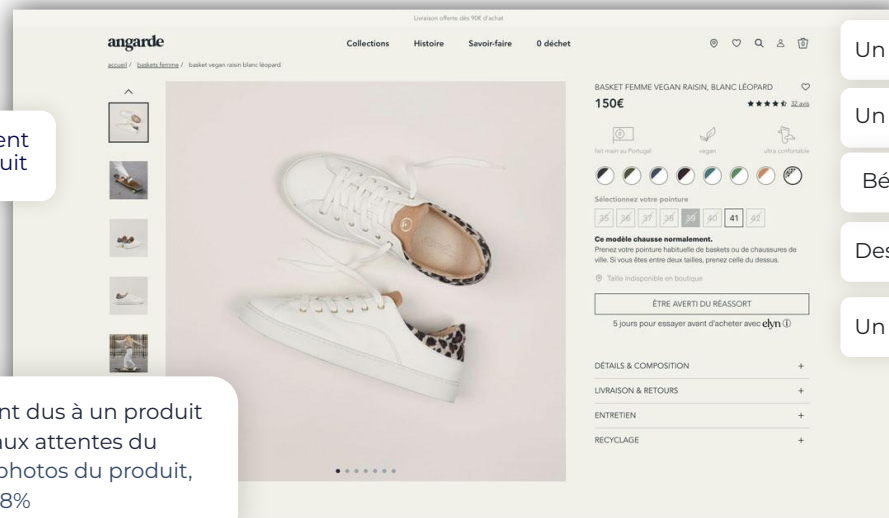
Une page produit qui percute.

Au-dessus de la ligne de flottaison

Mettez-vous à la place du client !

Des images qui permettent de bien visualiser le produit

 25% des renvois clients sont dus à un produit qui ne correspondait pas aux attentes du client. Proposer plusieurs photos du produit, augmente les ventes de 58%



Un titre produit clair

Un prix visible au premier coup d'œil

Bénéfices / particularités du produit

Des informations sur les tailles

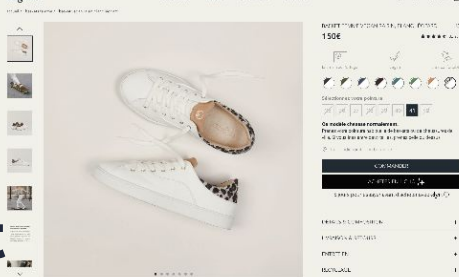
Un bouton ajout panier visible

Confort et matières d'exception

Une page produit qui percute.

En dessous de la ligne de flottaison

Si le client n'a pas encore appuyé sur l'ajout panier, c'est le moment de jeter toutes vos cartes



Confort et matières d'exception

Exterior en "soie" végétale & caoutchouc recyclé



Doublure intérieure en microfibre

Brevets intérieurs amovibles en latex recyclé

Soles en caoutchouc 70% recyclé

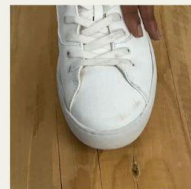


Un alter-cuir issu du raisin

Ce "soie" végétale est issu du marc de raisin (pépins et peau du raisin). Il est entièrement composé de fibres de cellulose (environ 80% coton, 20% lin PE), 20% polyester recyclé. C'est un matériau respirant et très confortable, respectueux de l'environnement et durable. On l'utilise pour la partie extérieure de notre modèle 150E-S.

Un nettoyage ultra simple

Notre "soie" végétale est très résistante et se nettoie très facilement, contrairement au cuir animal. La semelle recyclée, présente dans le "soie" végétal (20%) permet une excellente adhérence au sol, et un nettoyage facile. Une brosse et un peu d'eau ou de savon à l'essence d'agrumes suffit. Pour plus de détails, consultez notre page FAQ.



Du cross selling



Découvrez nos autres modèles



Balala Femme vegan blanc, Blanc jute 150E Balala Femme vegan blanc, Blanc jute 150E Balala Femme vegan blanc, Blanc jute 150E

Des avis clients

C'est vous qui le dites

★★★★★ 26 Avis

JOSAPH C.

Après 2 semaines de port, je suis très satisfait de la qualité et du confort de ces chaussures. Elles sont très agréables à porter et se nettoient facilement.

FRANÇOIS P.

Je trouve ces chaussures très confortables et elles sont très agréables à porter. Elles sont très résistantes et se nettoient facilement.

FRANÇOISE V.

Ces chaussures sont très confortables et elles sont très agréables à porter. Elles sont très résistantes et se nettoient facilement.

Informez-vous

- Qui sommes-nous ?
- Nos valeurs
- Équipe
- Recrutement

Collecteurs

- Collection Homme
- Collection Femme
- Collection Enfants
- Collection Accessoires

Besoin d'aide ?

- Nous contacter
- Conditions de vente
- Politique de confidentialité

Inscrivez-vous & bénéficiez de -10% sur votre première commande !

Je m'inscris

Design & ergonomie.

L'aspect esthétique d'un site est un facteur très important à prendre en compte. Les photos de produits participent aussi à rassurer l'internaute et à lui donner envie d'acheter.

Mettez-vous à la place du client !

Qui sommes-nous? Contactez-nous

Devis & conseils au 02 41 54 18 23

CHOC DISCOUNT
KIT de discount en énergie renouvelable

Rechercher dans votre catalogue

Primer Vide

Connexion / Inscription

NOUS PRODUITS KIT SOLAIRES FIXATIONS BORNES DE RECHARGE PANNEAUX SOLAIRES VOS REALISATIONS CONTACTEZ-NOUS AIDE & NOUVEAUX

Accueil Kit solaire pour balcon 820W - AUSTA - 2 panneaux AUSTA 410W autoconsommation + 1 micro onduleur AUSTA 600W

820W
Balcon

Reference 1629

599,00 € TTC

Kit pour balcon destiné aux petites installations photovoltaïques

- 2 panneaux solaires AUSTA 410 Watts (1722 x 1134 x 30 mm) - Garantie 15 ans
- 1 micro-onduleur SP6002G AUSTA 600W
- 1 allonge avec prise - 5 m
- 1 kit de fixation complet pour balcon

Précommandes autorisées / Livraison chez vous début octobre

1 Ajouter au panier

En savoir plus Caractéristiques Documents / Fiches techniques

Boom Kit 420W Kit 800W Kit extension Solution sur toit Simuler votre projet Academy

Commander Nos conseillers FR

OFFRES SPECIALES

En stock

Kit solaire 420W
Offre vous gratuitement avant le 04 Octobre

★★★★★ (1402 avis)

- ✓ Jusqu'à 270€ d'économies annuelles
- ✓ Installation en moins d'une heure
- ✓ Garantie 10 ans Plus d'infos

Payez en 4 ou 12 fois sans frais Avec votre carte bancaire

Composer mon kit
48 équipements pour équilibrer votre kit

Motif Choisissez votre motif

Fixation Pour optimiser votre espace

Puissance CALCULEZ VOS EQUIPEMENTS EN CLIQUEZ ICI

140€ 420w Nécessite 30m d'installation

710€

Du e-commerce au m-commerce.

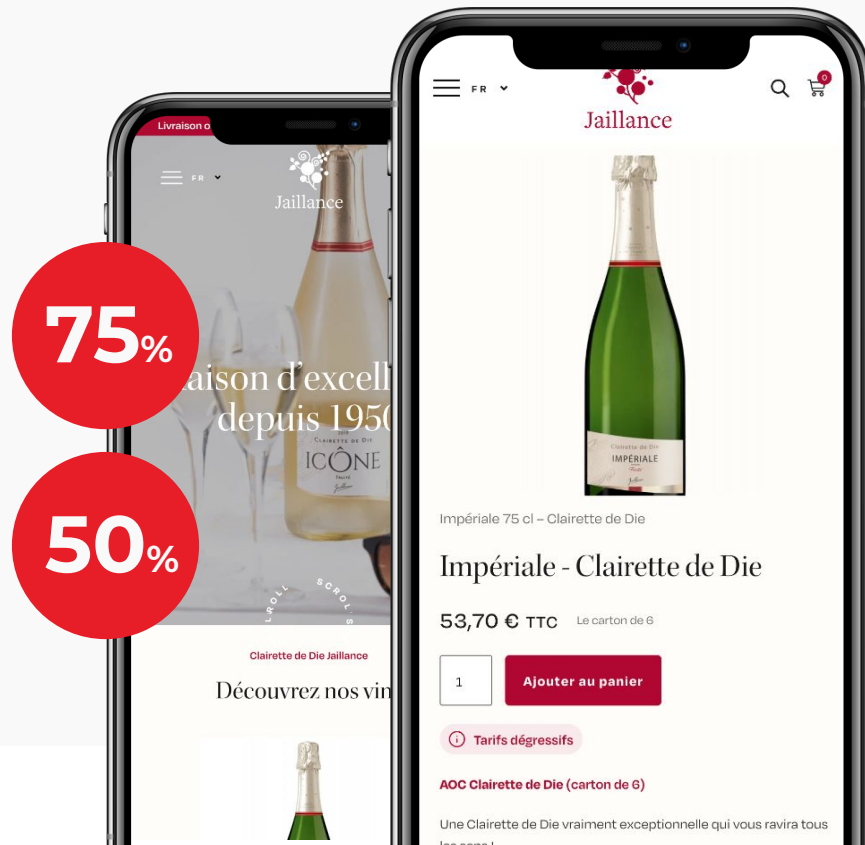
4 internautes sur 10 surfent désormais de façon exclusive sur leur téléphone.

En 2022, L'e-commerce sur mobile et apps représente **75% du trafic** et devient l'usage prédominant **pour les 100 premiers sites en France.**

Une boutique mobile first c'est :

- un meilleur référencement
- une meilleure expérience utilisateur
- une augmentation du taux de conversion et de fidélité à ta marque.

En 2020, **50% des ventes en ligne se font via un smartphone**



97% du trafic génère seulement **1%** du
chiffre d'affaires d'un e-commerce !



Ecommerce : Boostez vos performances

Optimiser les conversions



Levez les objections.

L'abandon de panier est un véritable fléau pour les sites e-commerce ! Aujourd'hui encore, **7 visiteurs sur 10 abandonnent leur commande en cours de route** en moyenne sur tous les e-commerces confondus. Petit aperçu des problèmes classiques

- Un temps de chargement trop long
- Des coûts supplémentaires au moment du paiement (frais de port, taxes, etc.)
- L'obligation pour l'internaute de créer un compte : un moment de friction fort
- Des délais de livraison trop longs ou non indiqués
- Un processus de commande trop long et/ou trop complexe
- L'absence du récapitulatif de l'ensemble du panier et du montant avant de cliquer sur le bouton du paiement
- Un site web qui plante durant le tunnel d'achat
- Une politique de retour inexistante ou des frais de retours non supportés par la boutique en ligne
- Pas assez de partenaires bancaires et d'options de paiement disponibles
- La carte bleue de l'utilisateur est refusée



Il est nécessaire d'être transparent sur les frais de port, c'est un des principaux motifs d'abandon du panier. **Limitez l'effet de surprise.**

Un chargement rapide.

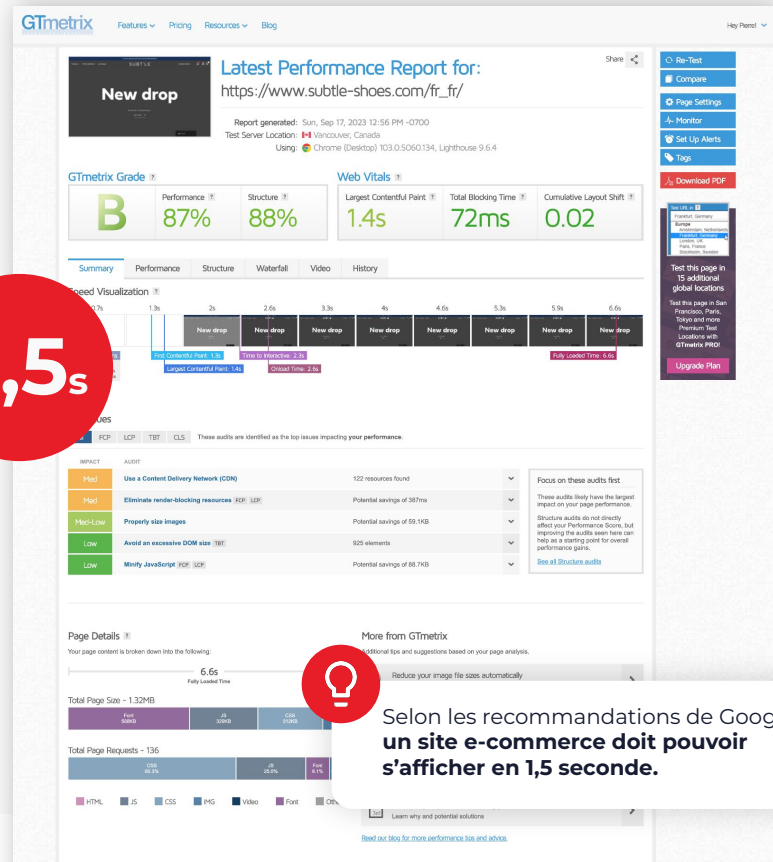
La vitesse de chargement d'un site Web est un **élément clé pour une expérience utilisateur optimale**. Un site qui charge rapidement offre une meilleure expérience utilisateur, ce qui se traduit par une **réduction du taux de rebond**, une augmentation de la durée de visite et **une meilleure conversion**.

Accélérer votre site e-commerce

- Choisissez un serveur approprié
- Limitez les extensions
- Optimisez la taille des images
- Optimisez le code (css, js, html)
- Utilisez le cache

Surveillez le chargement avec
Gt Metrix / Page Speed Insight / Pingdom

1,5s



Selon les recommandations de Google,
un site e-commerce doit pouvoir s'afficher en 1,5 seconde.

Limitez les pop up.

Elles interrompent la lecture de l'internaute

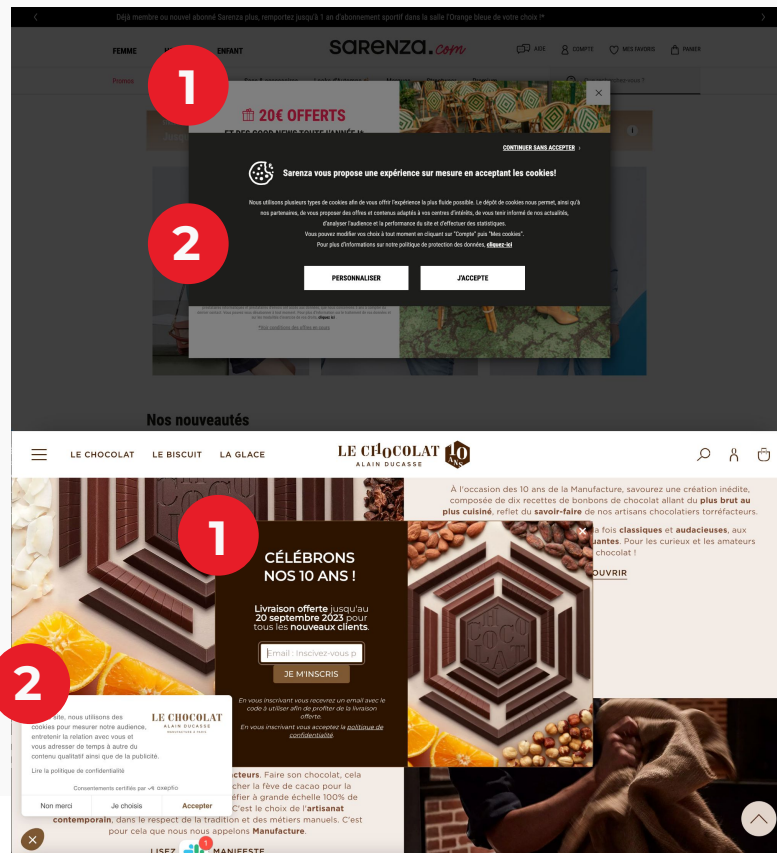
Elles véhiculent une mauvaise image du site web qui s'en sert : ils font « cheap » et sont jugés « grossiers » car ils s'imposent à nous

Elles sont trop intrusives

Elles font perdre du temps à l'internaute

Lorsqu'ils apparaissent au moment où on veut quitter un site, ils donnent l'impression qu'on est pris en otage

Elles sont agressives parce qu'elles semblent vouloir nous obliger à faire quelque chose qu'on ne souhaite pas



Un panier accessible.

Les internautes abandonnent leurs paniers sans acheter les articles dans près de 70 % des cas.

21 % des internautes interrogés sur les abandons de panier évoquent des processus de commande trop longs ou trop compliqués.

The screenshot displays the website interface for 'Palais du rotin'. The main product page features a '10% Code FRENCH10' discount banner, the product title 'Applique murale rotin boule suspendue', a price of 77,90€, and an 'Ajouter au panier' button. Below the product image, there are 'Nos garanties' (14-day return, shipping in France/Belgium/Switzerland, secure packaging, and 4x payment option) and a 'PAIEMENT SECURISE' section with logos for Stripe, Apple Pay, Visa, Mastercard, and PayPal.

The shopping cart overlay on the right is titled 'Panier' and shows a progress bar at the top. It lists two items: 'Applique murale rotin boule suspendue' for 77,90€ and 'Décoration bohème en corde et perle de bois' for 0,00€. Below the items, a section 'Vous aimerez aussi' suggests a 'Petit sac à bandoulière en rotin beige' for 19,90€. At the bottom, it shows 'Sous-total 77,90€' and a 'Commander' button.

Réassurance.

En marketing, la réassurance correspond à tous les moyens mis en œuvre afin de convaincre un prospect ou un client que son achat est sans risque et qu'il fait le bon choix.

Les leviers de réassurance basiques

Considérez que vos concurrents appliquent déjà l'ensemble de ces leviers. Les mettre en place sur votre site n'est donc plus une option mais une question de survie :

Mise en valeur du numéro de SAV sur l'ensemble du site,

Sécurisation des transactions,

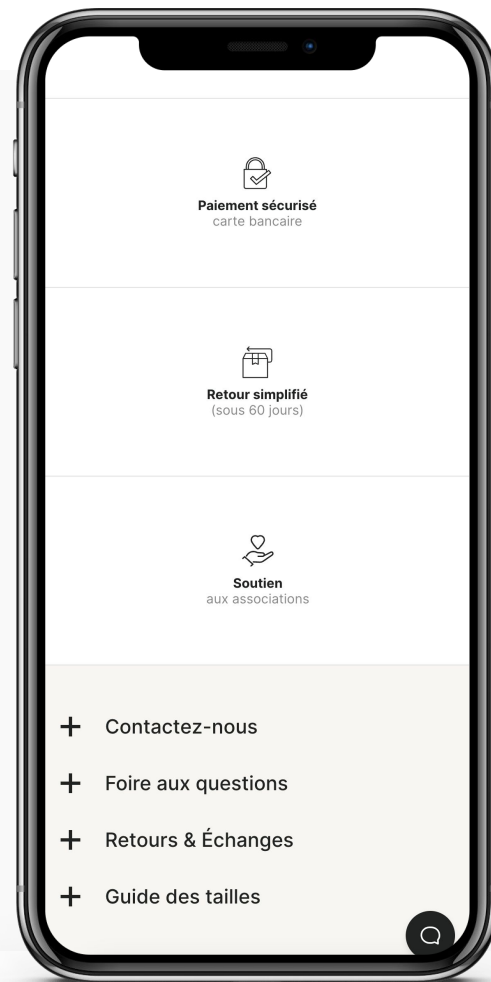
Affichage des différents modes de règlement acceptés,

Coût des modes de livraison bien en évidence,

Affichage des conditions d'échange et de retour,

Valorisation des avis clients,

Pages Qui Sommes-Nous et Mentions Légales en béton armé.



Réassurance.

Les leviers de réassurance avancés

Méthode n°1 : rassurer les internautes par le contenu

FAQ sur la base de vos observations et de ce que recherchent les internautes (Answer The Public vous sera d'une grande aide),

Rédiger des **fiches produits** exhaustives et agrémentées de **photos et tutoriels vidéo**

Capitaliser sur votre expertise pour proposer **conseils et tutoriels dans un blog**

Méthode n°2 : Rassurer les internautes par le contact

Implémenter **un module de chat** permettant aux internautes de poser leurs questions en direct durant un créneau défini,

Mettre en place un **questionnaire qualité en ligne**

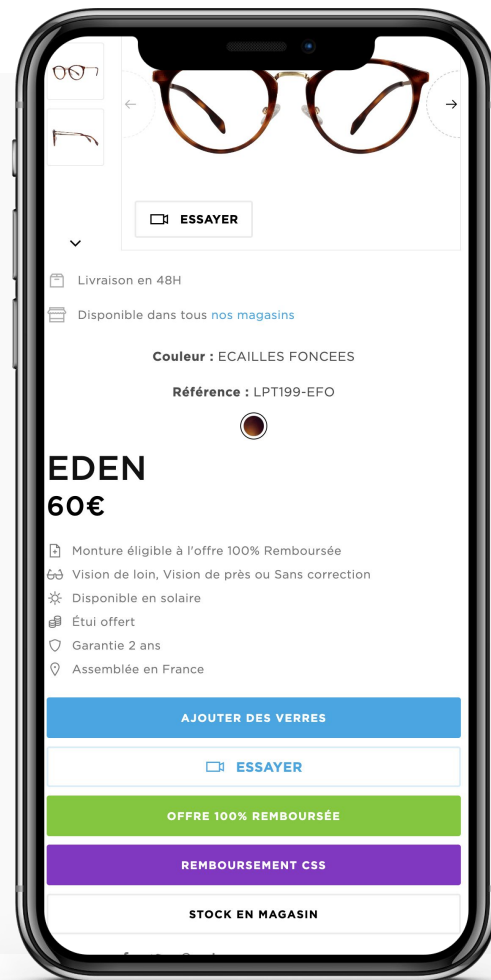
Recueillir les avis de vos clients après achat, les valoriser s'ils sont positifs

Méthode n°3 : rassurer les internautes par la technologie

Implémenter des notifications *web push* pour proposer du contenu précis aux visiteurs de votre site durant leur visite,

Proposer des essais de produit avec la réalité virtuelle,

Gérer finement vos stocks (indication du stock restant, possibilité de renseigner son email)



FAQ et blog.

En e-commerce, le blog est un outil puissant de storytelling et un moyen efficace de **créer un lien affectif avec vos clients**. Il vous permet de partager des histoires, des expériences et des informations pertinentes qui suscitent l'engagement de votre audience.

Les statistiques montrent que **36 % des lecteurs considèrent les blogs comme des sources crédibles**.



Trouvez le type de blog qui correspond à vos produits.

Alimentaires : recettes

Vêtement : tendances, saison

The screenshot shows the website for HUILE RICHARD, a brand of olive oil. The top navigation bar includes links for 'LA MAISON', 'LES MOULINS', 'LES BOUTIQUES', 'LES COLPORTEURS', and 'IDÉES RECETTES'. A search bar is present with the text 'Rechercher des produits...'. Below the navigation is a yellow banner with the text 'LIVRAISON GRATUITE sur votre première commande en France métropolitaine avec le code LIVOFFERT23'. The main content area is titled 'Questions fréquentes' and lists several common questions with plus signs to expand them:

- + D'où proviennent nos huiles d'olives ?
- + Combien de kilos d'olive pour réaliser 1 litre d'huile d'olive ?
- + Comment choisir son huile d'olive ?
- Comment bénéficier de la livraison gratuite ?
- + Je n'arrive pas à passer commande. Que dois-je faire ?
- Quand sera livrée ma commande ?
- + Que dois-je faire si mon colis est endommagé ?
- + Quels sont les moyens de paiement acceptés ?

Below the questions, there are four service icons: 'Artisan moulinier' (Producteur d'huiles végétales depuis 1885), 'Service client' (Disponible du lundi au vendredi de 8h à 13h et de 14h à 18h), 'Paiement sécurisé' (Acheté en toute confiance sur notre site entièrement sécurisé), and 'Livraison rapide' (Livraison en France métropolitaine et dans l'Union Européenne).

At the bottom, there is a section for 'La délicieuse newsletter' with a form to enter an email address and a 'JE M'ABONNE' button. The footer contains several columns of links: 'A PROPOS', 'PLUS D'INFORMATIONS', 'HUILE D'OLIVE & HUILES GASTRONOMIQUES', 'COMMANDE', and 'UNE QUESTION ?'.

Développer sa notoriété

Créer un lien affectif

Paraître crédible

Répondre aux interrogations

Liste d'attente.

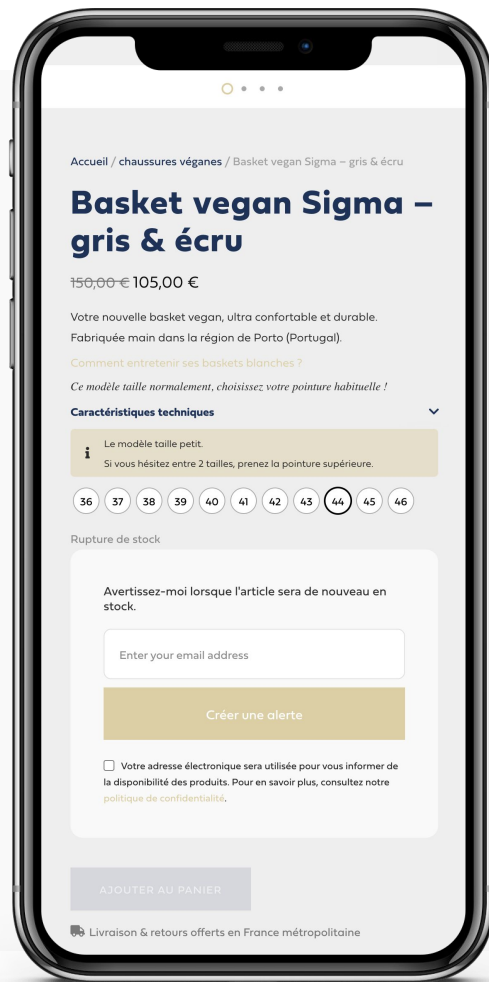
Proposez à vos clients d'être informé du retour de vos produits en ligne. Une fonctionnalité pourtant simple à installer sur un site e-commerce, mais bien trop peu utilisée.

Cette solution vous permettra de :

- Tenir vos clients informés
- Maintenir la proximité
- Générer des leads

Vous allez pouvoir vous construire une liste e-mail de personnes qui souhaitent à un moment donné acheter le produit en question.

C'est une bonne façon pour vous de ne pas manquer la vente et d'ajouter le visiteur à votre liste e-mail pour les promotions futures.



Chat bot.

82% des consommateurs déclarent être plus rassurés si le site propose un système de live chat avec un conseiller

2 types de chatbots

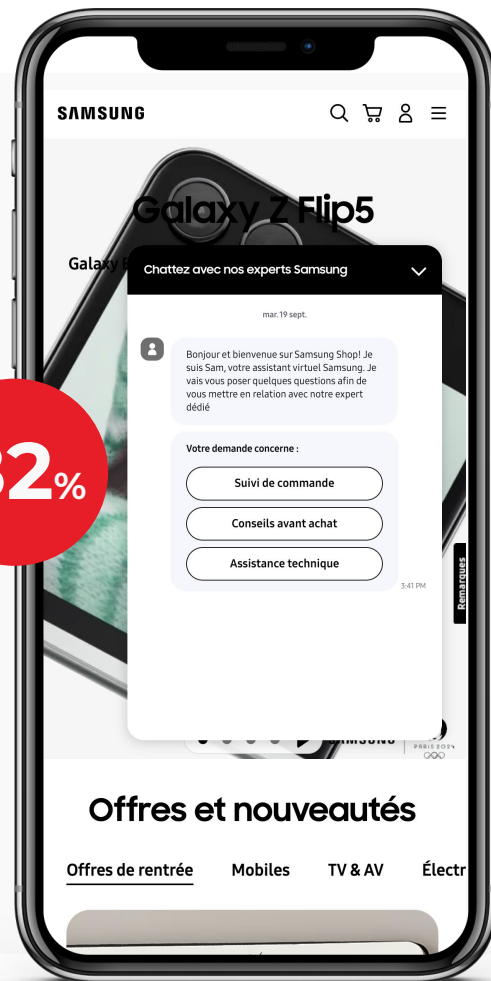
Les chatbots scriptés : qui répondent à des scénarios.

Le chatbot utilisant l'IA.

Pourquoi un chatbot ?

- Lever le maximum d'objection lors du tunnel d'achat
- Apporter un support 24h/24 à vos clients.
- Guider l'utilisateur dans son processus d'achat. Vous pouvez lui recommander des produits en fonction de ses attentes
- Donner accès à des promotions sans passer par des popups.
- être informé en direct de problème technique dans le tunnel d'achat

82%



Une finalisation de commande simplifiée.

Dans le tunnel de commande (une fois que le visiteur a cliqué sur « commander »), évitez les éléments qui peuvent venir perturber le passage à l'acte d'achat.

Vous pouvez retirer à cette étape le header avec le menu principal afin d'éviter que le visiteur navigue sur d'autres pages du site web au lieu de finaliser sa commande.

À cette étape, vous pouvez aussi simplifier le footer existant, en laissant seulement les options qui vous semblent essentielles : retour à la boutique, besoin d'aide, CGV, mentions légales, etc.

UBAC
Informations > Livraison > Paiement

Contact Vous possédez un compte ? [Ouvrir une session](#)

Adresse e-mail

Envoyez-moi les nouvelles et les offres par e-mail

Adresse d'expédition

Pays/région
France

Prénom Nom

Adresse

Appartement, suite, etc. (optionnel)

Code postal Ville

Téléphone

Sauvegarder mes coordonnées pour la prochaine fois

[Continuer vers l'expédition](#)

Kana - Homme 95,00 €
Original / 41

Code de réduction ou carte-cadeau Valider

Sous-total 95,00 €
Livraison Calculé à l'étape suivante

Total EUR 95,00 €
Taxes de 10,83 € incluse

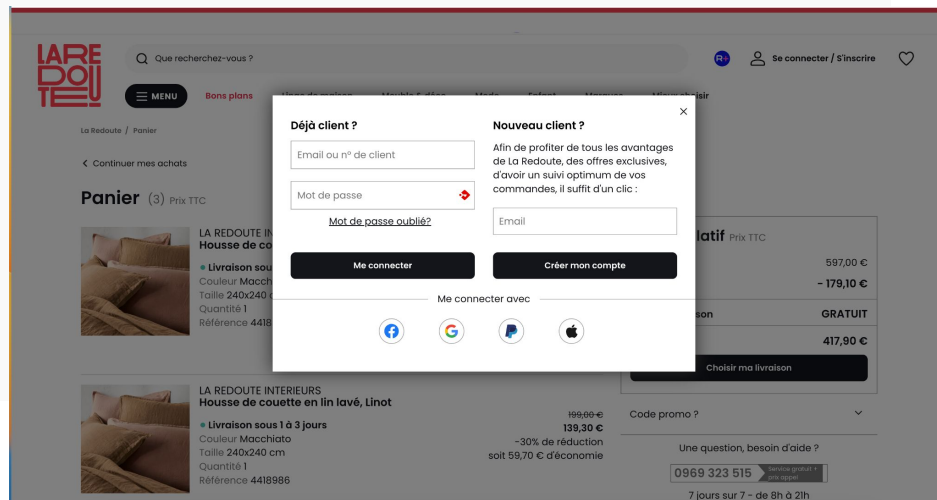
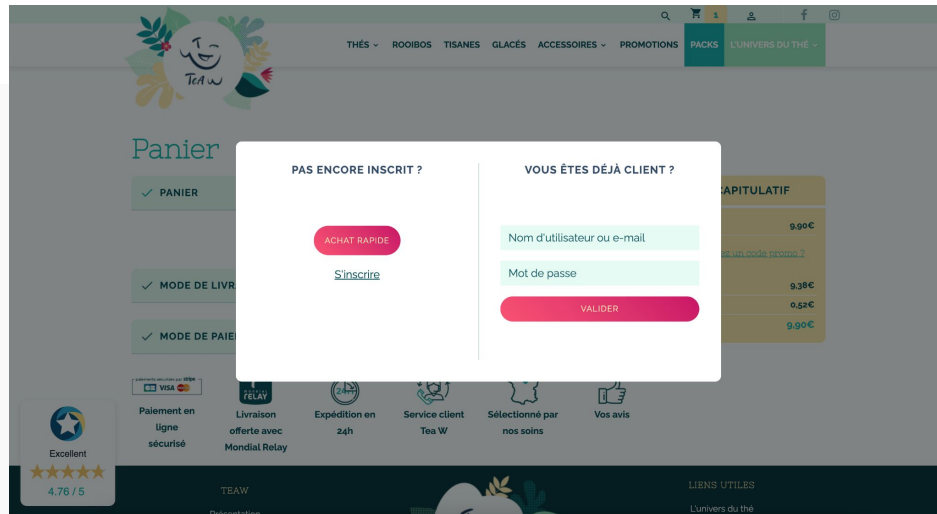
Acceptez les commandes invitées.

Deux options assez appréciées des internautes sont possibles :

– **proposer de passer la commande avec un compte invité.** Dans ce cas, le client ne se crée pas d'espace personnel. Au moment de la page de confirmation de commande, lui proposer d'enregistrer ces informations dans un compte. Il sera alors plus susceptible de le faire.

– **proposer de s'enregistrer avec un autre compte, type Facebook ou Gmail** par exemple. Ainsi, pas de mot de passe supplémentaire à retenir et pas d'informations déjà rentrées à ré-écrire !

Dans chaque formulaire, **un champ mal rempli doit être signalé à l'internaute** et facilement corrigé.



Multiplier les modes de livraison

Il y a un point essentiel à ne pas négliger en e-commerce.

C'est de multiplier les modes de livraison 📦
Votre client veut du choix.

Le choix de se faire livrer à la maison, en point relais, ou en boutique. Trop de boutiques en ligne ne proposent pas assez d'options de livraison. Et les boutiques physiques, trop peu du click and collect.

Selon une étude, **62% des français choisissent la livraison en point relais**. Pourquoi ? Parce que les clients aiment la flexibilité de la solution.



62%

FENOM

01 Informations personnelles ✓

02 Adresses ✓

03 Mode de livraison


<input checked="" type="radio"/>	 dpd	DPD 48h/72h avec suivi en ligne de votre envoi	gratuit
<input type="radio"/>	 colissimo	Colissimo 48h/72h avec suivi en ligne de votre envoi	3,00 €

CONTINUER

04 Paiement

1 article

MASQUER LES DÉTAILS


 Jordan 4 Retro PS Red Cement
Taille: 27.5 | US 10.5C | UK 10 | 16.5
xt


90,00 €


Sous-total 90,00 €
Livraison gratuit

Vous avez une carte cadeau ?

Total 90,00 €

 **Paiement sécurisé**
Paiement 100% sécurisé Visa, Mastercard, PayPal

 **Livraison gratuite**
Livraison gratuite en France Métropolitaine dès 90€ d'achat

 **Retour & échange**
Vous bénéficiez de 15 jours pour changer d'avis



Pensez à la livraison gratuite ! Mais sous conditions.

Multiplier les solutions de paiement

C'est un moment de friction fort pour le client. De ce fait, les moyens de contact doivent être très visibles à cette étape.

Le partenaire bancaire ainsi que les éléments de sécurisation (3D Secure) sont rappelés, éventuellement par un logo ou des icônes.

Pour développer leur activité à l'échelle mondiale, les entreprises doivent rester au fait des préférences de paiement de leurs consommateurs : **paiement en un clic**, moyens de paiement locaux (tels qu'iDEAL, PayPal ou AlmaPay (Buy now Pay later), ou encore versements échelonnés grâce aux solutions comme Klarna et Clearpay, etc.

Paiement et facturation

PAIEMENT PAR CARTE BANCAIRE



VIREMENT



CHEQUE



ONEY 3X 4X



PAIEMENT LONG DE 12X À 60X ⓘ DISPONIBLE A PARTIR DE 2000€



**Avoir un site performant, c'est bien,
mais si personne le voit
ça ne sert à rien !**



Ecommerce : Boostez vos performances

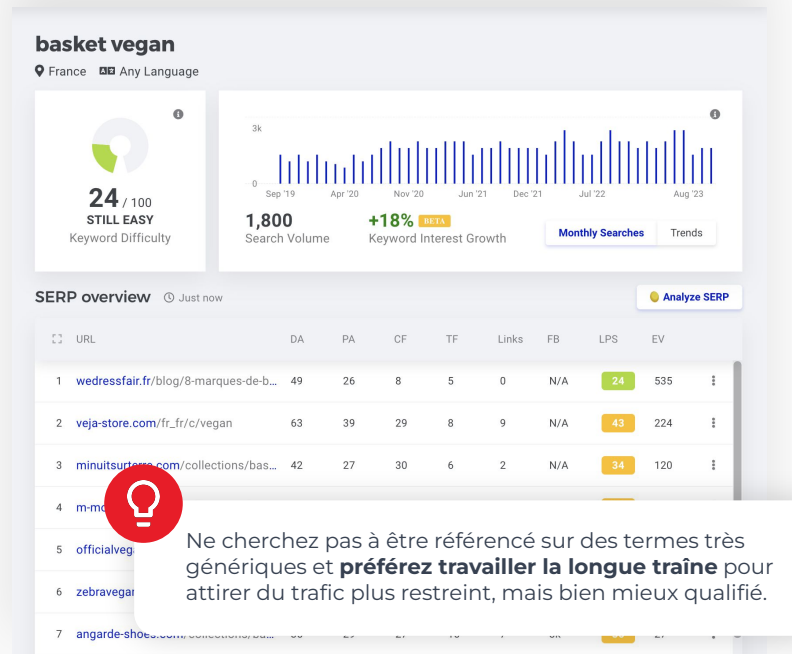
**Travaillez vos canaux
d'acquisition**



Parlons référencement naturel.

5 points clés pour améliorer son référencement :

1. Travailler l'infrastructure du site et l'architecture des liens (Sitemap / Entêtes https / Accessibilité des pages / Structure des Url)
2. Faire un brainstorming de mots clés / Sélection des occurrences clés / Optimisations éditoriales (titres / descriptions / Url / Hn / Textes)
...
3. Un contenu unique et qualitatif pour se démarquer de la concurrence
4. Popularité & liens externes, optimisation des liens référents / Stratégies de netlinking.
5. Travailler un sujet par page, vous souhaitez gagner Google, mais ne pas perdre vos utilisateurs, donc, restez cohérents



SEA / SMA les ADS.

Le SEA permettra de booster vos ventes à court terme et le SMA sera utile pour capter de nouveaux clients.

45 % des internautes cliquent sur les annonces Google Ads

Environ 50% des internautes ne parviennent pas à faire la différence entre les résultats de recherche payants et organiques.

Google et fb possèdent plus de **50,2% des parts de marchés** de la publicité numérique dans le monde

45%



Avoir une stratégie d'emailing.

Pour les sites e-commerce, l'[emailing](#) représente un canal d'acquisition et de fidélisation indispensable. Sans oublier que c'est le canal marketing qui offre le meilleur retour sur investissement.

4 idées de scénarios de mailing

E-mails de bienvenue : faites connaître aux nouveaux clients les avantages de s'abonner à vos e-mails.

E-mails de remerciement : comme les clients sont susceptibles de consulter vos e-mails après un achat, c'est un moyen idéal de promouvoir vos offres.

E-mails d'anniversaire : ils ajoutent une touche personnelle à tout cadeau ou offre spéciale.

E-mails d'abandon de panier : rappelez aux clients ce qu'ils pourraient avoir tout en ajoutant des informations sur les produits et les offres associés.



Finalisez votre commande 🚀



Hello Pierre !

Vous êtes sur le point de faire un très **kit Beem 420W**. Le kit solaire **numé**

Couplé à l'utilisation de notre app, il **d'économies en moyenne sur votr**

Niveau design, on ne change pas un modulaire et esthétique pour s'intég

Et comme une bonne nouvelle n'arriv disponible **en offre de lancement**, à 740€), pour une **livraison en 15 jour**

Pile à temps pour les beaux jours ! 🌞

JE FINALI



On se présente 🤝

On se connaît depuis peu, vous et nous ! Alors on s'est dit que la moindre des choses était de passer vous dire bonjour et se présenter. Certes, notre rencontre est virtuelle, mais on ne perd pas les bonnes manières 😊

Beem est l'entreprise qui permet à des dizaines de milliers de personnes de **passer au solaire en toute simplicité**. Finies les mille et une questions sur la rentabilité de son installation, les demandes administratives sans fin et l'attente de disponibilité des pros.

Avec le kit solaire connecté de Beem, vous installez vous-même vos panneaux solaires en moins d'une heure et produisez votre propre électricité, bas-carbone, locale et infinie, pour faire **270€ d'économies en moyenne par an*** (**en couplant votre kit à l'utilisation de notre app de maîtrise d'énergie**).

Et comme une bonne nouvelle n'arrive jamais seule, notre nouveau kit 420W est disponible avec une **offre de lancement à 710€** (au lieu de 740€), pour une **livraison en 15 jours**.

JE M'ÉQUIPE





Pour nous contacter

pierre@marquedigitale.fr

04 81 16 08 56

www.marquedigitale.fr