

# Boostez votre chiffre d'affaires grâce à des newsletters e-commerce performantes !

L'étude exclusive d'Altics

Avril 2009

> 20 newsletters grand public passées au crible de 50 utilisateurs



# Executive Summary



*Comprendre les attentes & les usages de vos utilisateurs ? Capter plus d'adresses opt-in ? Faire votre place dans la boîte mail de votre destinataire ? Augmenter le taux d'ouverture de votre newsletter ? Favoriser sa lecture ? Générer du clic ? Déplacer votre cible de la newsletter vers votre site ? Optimiser vos campagnes e-mailings ? Générer plus de ventes ?*

Pour répondre à ces questions, Altics publie ce mois-ci une étude exclusive révélant les bonnes pratiques pour optimiser l'efficacité de votre newsletter e-commerce. Etude présentée à la FEVAD



Basée sur une sélection de **20 newsletters e-commerce** & conduite auprès de **50 utilisateurs** (reçus individuellement dans nos laboratoires de tests), cette étude a pour objectif de comprendre les attentes & d'analyser les usages des utilisateurs pour **améliorer l'efficacité de vos newsletters**.

L'analyse de l'expérience utilisateur vise à fluidifier chaque étape du processus (entonnoir de conversion) pour améliorer la performance de vos e-mailings.

Cette étude 'centrée utilisateurs' s'appuie sur une méthodologie exclusive croisant des données issues de sources variées (questionnaires, scoring, tests utilisateurs,...) dont celles issues de tests d'**eye tracking**.

## Newsletters étudiées :

Air France | Boulanger | Brandalley | Cdiscount | Esprit | Fnac | Go Voyages | King Jouet | La Redoute | Leroy Merlin | My Pix | Nocibé | Price Minister | Promod | Promovacances | Rueducommerce | Sarenza | SNCF | Verbaudet | 3suisses

## Sites testés pour l'inscription :

Cultura | Décathlon | Digitick | EasyJet | Fnac | Mistergooddeal | Plantes et Jardins | Price Minister | Voyages SNCF | 3suisses

# Plan

## 1 - Introduction

- > L'édito | Olivier Marx
- > Le contexte de l'étude
  - Profil des utilisateurs
  - Sélection des supports (newsletters & sites)
- > L'entonnoir de conversion & la méthodologie

## 2 - Qu'attendent vos utilisateurs ?

- > Intérêt porté aux newsletters
- > Motivation à s'inscrire
- > Contenu recherché
- > « La newsletter idéale »

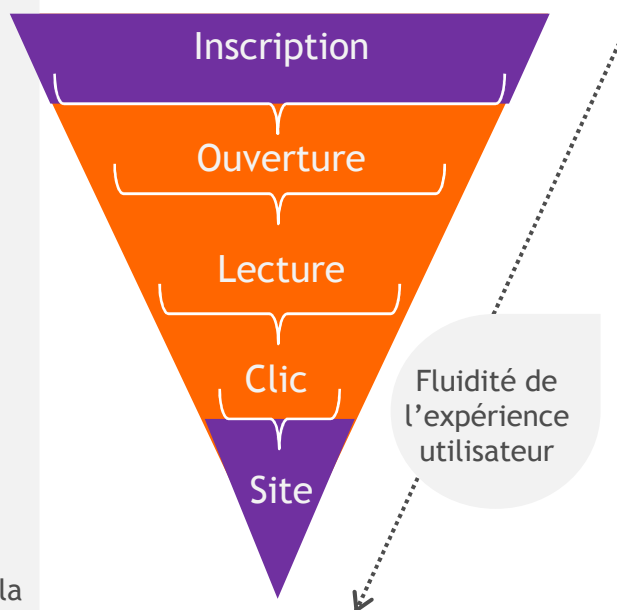
## 3 - Optimisez la performance de votre entonnoir de conversion !

### Résultats & bonnes pratiques

- > Augmentez votre base d'inscrits
  - Point d'entrée : la zone d'inscription
  - Process d'inscription
  - Validation & retour utilisateur
- > Maximisez votre taux d'ouverture
  - Perception du duo 'expéditeur-objet'
  - Prise de décision
- > Structurez votre news pour optimiser la lecture
  - Perception de l'apparence et du contenu
  - Analyse du parcours du regard
- > Incitez au clic
  - Analyse des zones cliquées
- > De la consultation de la newsletter à l'arrivée sur la landing page du site
  - Importance du choix de la landing page

### Etude :

- > 100 pages
- > Disponible en PDF & en version papier



## 4 - Synthèse de l'étude & bonnes pratiques

### Annexes

- > Présentation d'ALTICS
- > Méthodologie détaillée