

Améliorez votre tunnel d'achat

plus de fluidité - moins d'abandon - plus de chiffre d'affaires

L'étude Eye tracking Altics

Décembre 2009

Une étude en partenariat avec PAYPAL. **PayPal**

> 16 sites e-commerce à forte audience passés au crible par 60 utilisateurs



Executive Summary



Les e-Marchands le savent, le tunnel de commande est une étape essentielle dans l'acte d'achat on-line. C'est aussi une zone « à risque » :

- *Comment vos internautes naviguent-ils dans le tunnel de commande ?*
- *Comment mettre suffisamment en avant le cross-selling ?*
- *Comment éviter l'abandon ?*
- *Quelles bonnes pratiques mettre en œuvre ?*

Le département « études collectives » d'Altics s'est intéressé au tunnel d'achat des sites e-Commerce leaders en recevant une soixantaine d'utilisateurs dans ses laboratoires de tests Eye Tracking.



Méthodologie

- > **16 sites** e-commerce leaders
- > **60 utilisateurs** reçus individuellement pendant 1 heure
- > **Technologie Eye Tracking** (suivi du regard)
- > **Questionnaire** et debriefing utilisateur

Sites e-commerce étudiés (sous réserve):

Marmara | La Redoute | Plantes et jardins | Brandalley |
Décathlon | Okaïdi | La Fnac | Cdiscount | Leroy Merlin |
3 Suisses | Nocibé | Rue du commerce | King jouet | Sarenza |
Voyages SNCF | Mistergooddeal |