

10 Secrets by Altics d'un e-commerce réussi

Episode 1 : kit de survie de la conversion



Secret n° 1

Visez juste !

Proposez une offre qui répond aux attentes

Les questions à se poser



Mon **offre** est-elle en adéquation avec la demande ?



Mon positionnement **prix** est-il adapté ?



Quel est le taux de fidélisation de ma **clientèle** ?

SECRET
by Altics

1. Connaissez **les attentes** de vos consommateurs : focus group, questionnaires, études concurrentes
2. Comprenez **leurs comportements** : eye tracking, mouse tracking
3. Assurez une **veille tarifaire**



Secret n°2

Sortez équipé !

Choisissez la plateforme adaptée à vos besoins

3 choix de plateforme e-Commerce



Mode Software as a service (SaaS)

- + Facile, rapide, aucune installation, évolutif
- Graphisme léger, fonctionnalités limitées



Open source

- + Fonctionnalités enrichies, modules additionnels
- Nécessite du développement



Développement sur mesure

- + Adapté aux spécificités métiers (grosse volumétrie)
- Couteux, dépendance envers l'agence

SECRET
by Altics

Les critères de sélection pour identifier votre solution :

1. La **maturité** de votre e-Commerce et vos ambitions
2. La **taille** de votre catalogue produits
3. Vos **ressources** de développement interne (équipe technique ...)



Secret n° 3
Tapez dans le 1000 !

Générez du trafic qui convertit

L'utilisation des leviers d'audience par les emarchands*

32%

vendent sur les **places de marché**

21 %

utilisent les **outils payants de Google**

82%

Des emarchands qui ont adopté le mobile ont enregistré des ventes sur **mobile** en 2013

SECRET
by Altics

1. Ne **décevez pas vos internautes** ! Attirez avec des messages percutants cohérents avec votre contenu / offre
2. Pensez **coûts d'acquisition** : Testez & mesurez les impacts des leviers d'audience
3. **Répartissez** vos leviers d'audience pour limiter les risques en cas de problème



Secret n°4

Convertissez partout, tout le temps ...

Créez un parcours d'achat cross canal fluide

Les e-consommateurs sont morts

85 %

Des eshoppeurs sont **cross canaux** *

77 %

Des internautes **préparent leurs achats sur Internet** avant d'acheter en magasin *

63 %

Des emarchands ont bénéficié d'un **impact positif du virtuel vers le physique** (+ de fréquentation, + ventes...) **

SECRET
by Altics

1. Informez vos internautes sur la **disponibilité du produit en magasin**, les horaires d'ouverture, le plan d'accès ...
2. Fusionnez la **fidélité magasin avec le web**, numéro de cartes compatible sur web.
3. Multipliez **les services à valeur ajoutée**
 - ✓ Réservation de produits avec paiement en magasin, condition de retour
 - ✓ Service de géolocalisation sur Mobile et Desktop
 - ✓ Factures digitales disponibles (BtoB)



Secret n°5

Prenez de la hauteur !

Favorisez le passage d'un canal à un autre

Les consommateurs sont connectés sur tous les canaux *

54%

Utilisent plus de **2 terminaux** dans leur démarche d'achat

40%

Surfent sur leur smartphone lorsqu'ils sont en magasin

14%

Consultent les **bornes interactives** dans les enseignes connectées

SECRET
by Altics

1. **Adaptez votre contenu** à vos supports. Les consommateurs n'ont pas les mêmes attentes en magasin que sur mobile
2. Diffusez des **messages cohérents** entre vos différents canaux (web, magasin, téléphone, mobile)
3. Installez **Universal analytics** pour suivre le parcours d'achat global de vos consommateurs



Secret n°6

Créer l'expérience d'achat ultime...

« Zéro grain de sable » sur tous vos canaux

Les raisons d'abandon de commande *

41%

Pour des **coûts supplémentaires** lors du paiement

29%

À cause de l'obligation d'**enregistrement** avant de passer commande

11%

Conditions de **livraison** peu claires

SECRET by Altics



Choisissez la **solution mobile** adaptée à vos besoins : site mobile, site responsive, application



Pensez **ergonomie et simplicité** : une offre claire et un tunnel d'achat court !
Affichez vos éléments de réassurance tout au long du parcours



Assurez **un lien entre le physique et le web** : achat en ligne & retrait en magasin



Secret n°7

Fidélisez

Rentabilisez vos coûts d'acquisition

Top 3 des facteurs de fidélisation *

70 %

Positionnement prix de votre site

62 %

Satisfaction lors de la 1ere expérience d'achat

48 %

Les offres promotionnelles

SECRET
by Altics

1. Utilisez la « **Récence, Fréquence, Montant** » (RFM) pour personnaliser vos campagnes et augmenter votre efficacité commerciale
2. Chérissez vos **Ambassadeurs** ! Le système de récompense fidélisera vos clients
3. **Enrichissez les liens directs** avec vos consommateurs à travers les réseaux sociaux : sollicitez leurs avis, poussez vos offres ...



Secret n° 8

Sortez du lot

Shootez des emailing décoiffants

Les internautes face aux emailing *

60 %

Des internautes consultent leurs mails en **mobilité** (smartphone + tablette)

43 %

Des internautes déclarent avoir acheté sur internet après la réception d'une **offre commerciale**

62 %

Ouvrent l'emailing en fonction de **l'objet**

SECRET
by Altics

1. Soignez le couple **expéditeur / objet** !
Rassurez vos utilisateurs avec un expéditeur explicite et incitez l'ouverture avec un message fort dans l'objet
2. Proposez un **contenu utile et agréable** :
sortez du lot en gardant une cohérence graphique avec votre site
3. Concevez vos newsletters en **responsive design** pour qu'elles s'adaptent à tous les devices



Secret n°9

Personnalisez ...

Augmentez votre taux de conversion

L'emerchandising personnalisé



Communication du site : personnaliser le graphisme, le contenu en fonction de l'historique des requêtes des internautes



Cross selling intelligent : mettre en avant les produits en fonction de l'historique de navigation des internautes (commandes, consultations ...)



Communication cross canal / off site : pousser les bons canaux aux bons clients (print, call center, site...) en fonction de leur historique comportemental

**SECRET
by Altics**

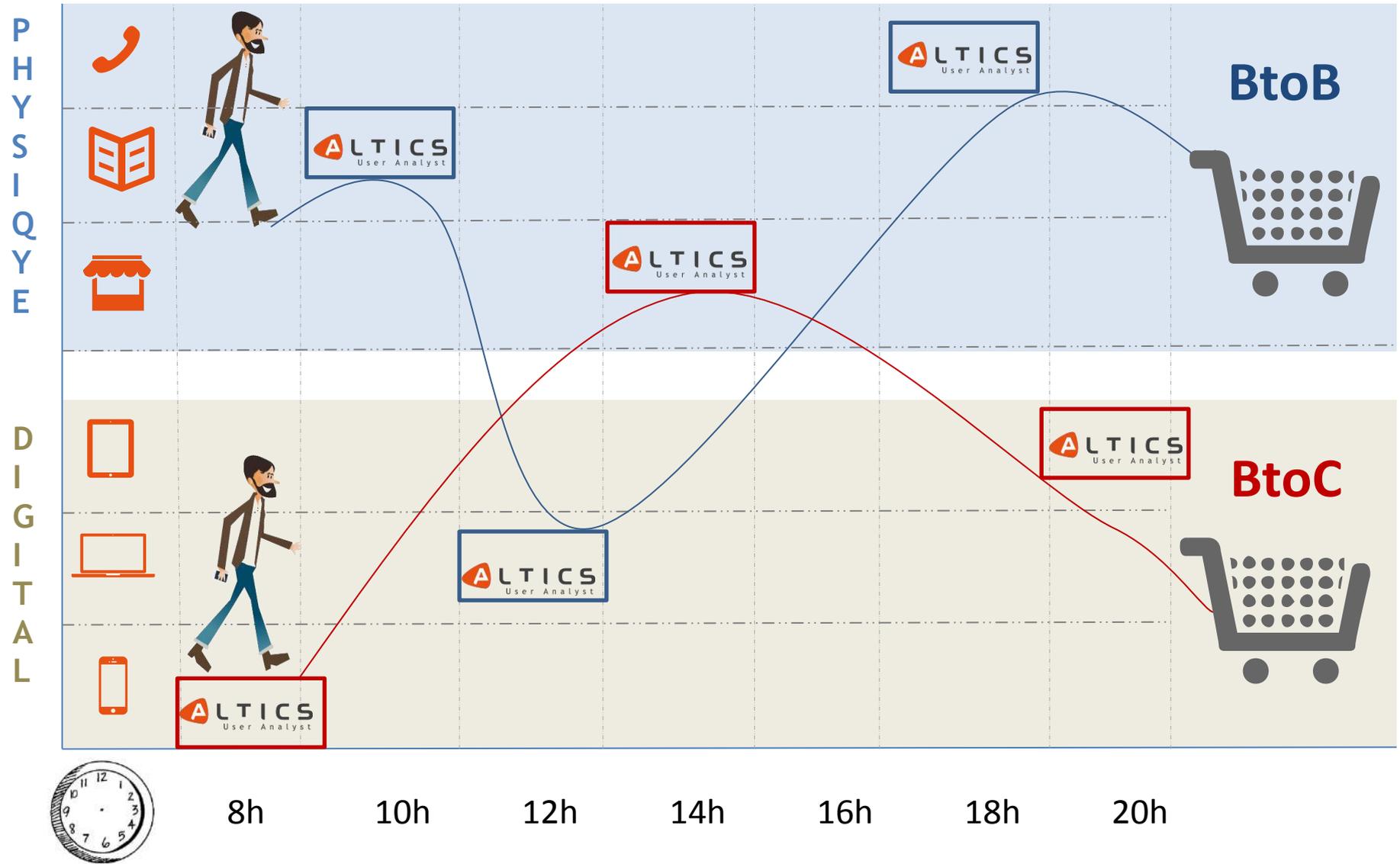
- ✓ Personnalisez vos messages & actions en temps réel avec les **solutions emerchandising** comportementales
- ✓ Collectez les goûts de vos clients via les **Solutions Intelligentes** & poussez les produits pertinents
- ✓ **Personnalisez vos newsletters** en fonction de l'historique des commandes et des comportements de vos clients



Secret n° 10

La conversion du futur

Parcours d'achat BtoB / BtoC !



8h

10h

12h

14h

16h

18h

20h

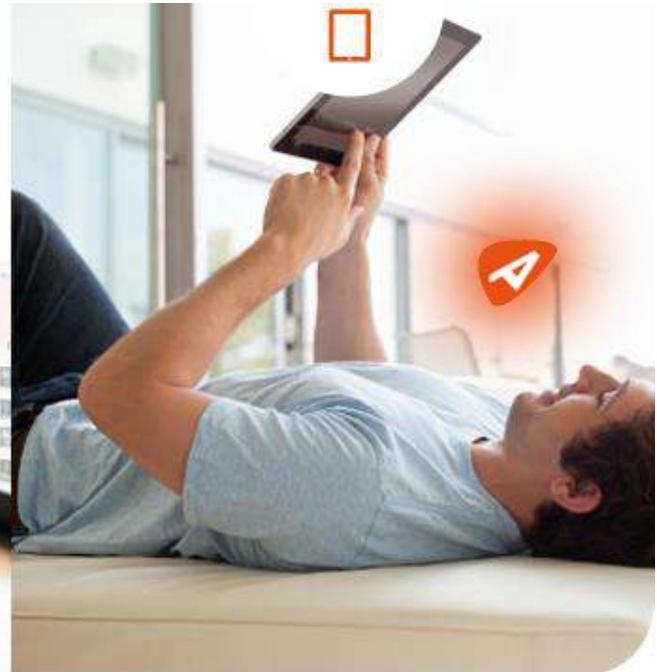
Autres bonnes pratiques e-commerce !

30 Livres Blancs

- ✓ Page d'accueil : 30 leçons de séduction
- ✓ Tunnel d'achat : réduisez le taux d'abandon !
- ✓ 50 bonnes pratiques e-commerce pour vendre plus !
- ✓ Campagnes emailing qui décoiffent

A télécharger
sur www.altics.fr





Lieux de vente
Digitaux



Lieux de vente
Traditionnels

Partir des vrais « gens »



23

28

Recette by Altics



Tester attentes et
comportements digitaux
Testing



Concevoir des parcours
d'achat «zéro grain de sable»
e-Merchandising



Accompagner vos équipes
et sélectionner les outils adaptés
Solutions



Offres by Altics



Révélez
votre potentiel



Accélérez
à la performance



Écoutez
vos utilisateurs



Révélez votre potentiel !
Repérez les freins à l'achat

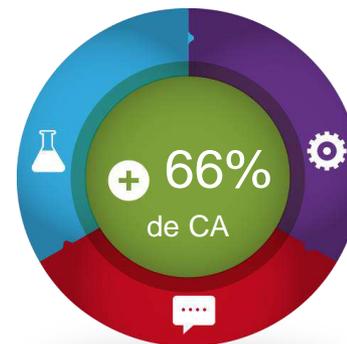
Accélérez les ventes et la
conversion e-commerce

Réalisez des tests consommateurs
web, mobile, multicanal



Nos références

B to C



Nos références

Banque et Assurances

“ Nous souhaitons optimiser **les taux de conversion** en ligne. Les experts Altics nous accompagnent avec efficacité et avec le sourire. ”

Hervé B.
Directeur e-business de
Carrefour Banque



Nos références

B to B



Contact



A votre écoute :

Olivier MARX | Fondateur

T 04 72 76 94 00 | win@altics.fr

