

LIVRE ROSE  
Mai 2010

# E-marchands > 30 leçons de séduction pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

60 « petits et moyens » sites marchands analysés



Alain Bachellier



# Plus de ventes en ligne !

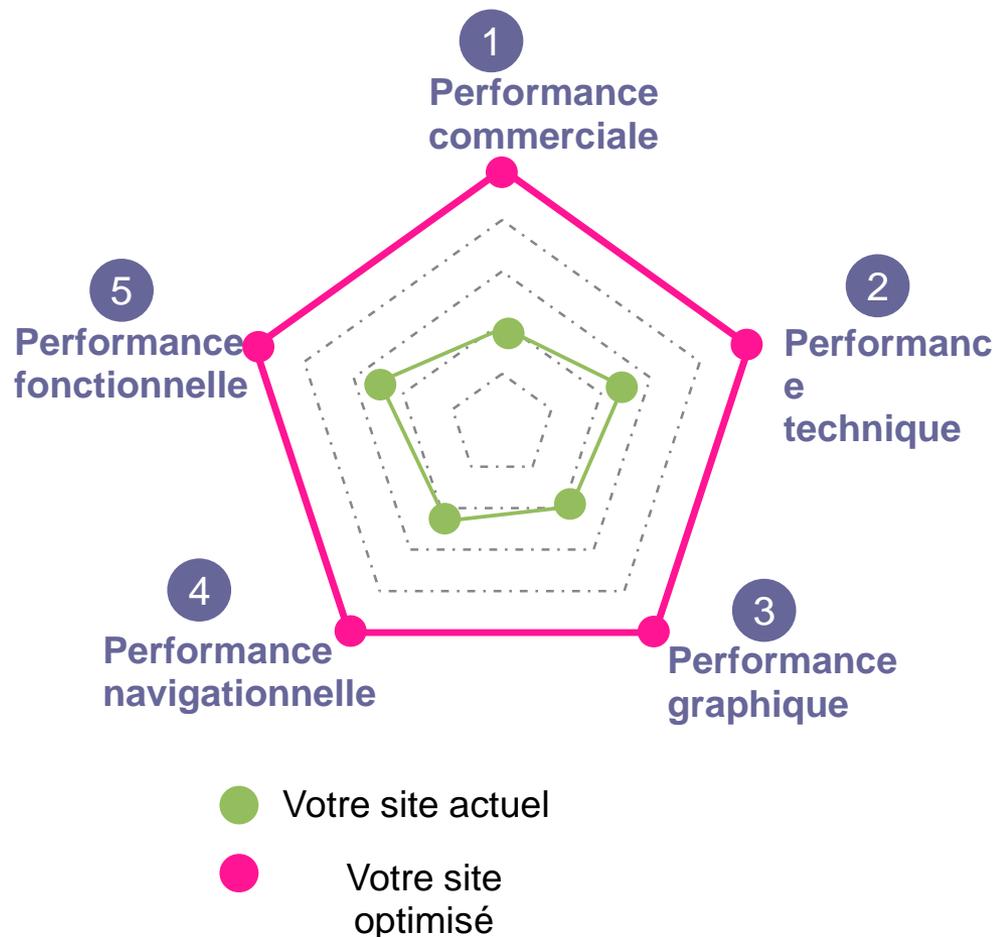
## AUDIT FLASH & RECOMMANDATIONS POUR VOTRE SITE E-COMMERCE

- Analyse de votre site selon **95 critères de performance répartis dans 5 catégories**
- Recommandations opérationnelles pour augmenter vos ventes
- Livrable de 30 slides

**Prix spécial TPE**

Seulement **950 € HT**

Inscription sur  
**altics.fr**



# Licence d'utilisation

Ce livre rose est mis à disposition par ALTICS sous le contrat :

 Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale 2.0 France\*

Vous pouvez le diffuser librement, en partie ou dans son intégralité, à condition de respecter les règles suivantes :

-  - **Paternité** : vous devez obligatoirement citer l'auteur de ce livre rose, **ALTICS**, et indiquer un lien vers le site [www.altics.fr](http://www.altics.fr) ;
-  - **Pas d'utilisation commerciale**: vous n'êtes pas autorisés à revendre tout ou partie de ce document.

\* Vous pouvez consulter ce contrat à l'adresse suivante : <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0/fr/>

# Altics > Agence de conseil Internet

ALTICS est une **agence de conseil** Internet **centrée sur l'utilisateur**. Aux côtés de ses clients, Altics définit et met en œuvre leur stratégie pour des **résultats mesurables**.

*Nomination et participation aux concours :*



## > Simplifier la vie des utilisateurs

moins de grains de sable ! fluidité – facilité - rapidité

## > Accélérer le business de nos clients

plus de résultats ! ventes – audience – devis...



**Si vous souhaitez  
obtenir un devis**

**Votre contact :**  
**Olivier Marx**

04 72 76 94 00  
win@altics.fr

16 rue de Turbigo 75002,  
PARIS  
35 rue Saint-Simon,  
69009 LYON

Paris, le 19 mai 2010

## **Plus de 64 000 sites marchands français en 2009 (Fevad)**

Parmi eux beaucoup sont des « petits et moyens » commerçants en ligne. Ils méritent notre plus grand respect. Ils et elles se battent chaque jour pour augmenter leurs ventes.

Chez Altics, nous avons décidé de les aider.

« *Car tous les grands ont commencé petits, n'est-ce pas ?* »

## **E-marchands : 30 leçons de séduction pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !**

L'équipe Altics a sélectionné 60 sites marchands. Découvrez dans ce Livre Rose les 30 recettes pour séduire... et conclure.

Car dans la vraie vie comme sur Internet, « *on n'a pas deux fois l'occasion de faire une bonne première impression* ».

Au nom de toute l'équipe Altics, je vous souhaite une bonne lecture & de bonnes ventes 😊

/Olivier Marx, Fondateur

Altics.fr > Téléchargez 4 Études et 2 Livres Blancs

MissConversion.com > Chaque jour un bon plan de notre «e-shoppeuse avertie»

Twitter.com/Altics\_Team > Suivez en temps réel les découvertes de l'Altics\_Team

Envie de plus de  
conversion dès 2012 ?



- Check up complet
- Optimisation continue sur 12/24/36 mois
- Désireux d'être accompagné dans vos décisions ?

A la  
Performance

Notre solution : **Programme TOP CONVERSION**

Contactez-nous

Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

## Critères d'évaluation et sites analysés

6 sites mis à nu

Boostez votre performance...

...commerciale

...fonctionnelle

...navigationnelle

...graphique

...technique

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

Témoignages d'e-marchands

# Critères d'évaluation et sites analysés

## 1. Choix des critères de performance e-commerce

Les **30 critères** détaillés dans ce livre rose sont **extraits de la grille exclusive d'analyse Altics**.

Nous les avons sélectionnés parmi un grand nombre de critères, en fonction de leur pertinence vis-à-vis de la page d'accueil mais aussi parce que ces critères peuvent être appliqués rapidement et facilement à votre site.

Pour chaque critère, nous vous présenterons des exemples illustrés de bonnes et mauvaises pratiques. Il ne faut en aucun cas prendre ces critiques pour ou contre les entreprises en question. **Une mauvaise pratique est signe d'un fort potentiel d'évolution et une bonne pratique gagne toujours à être optimisée** car on peut toujours mieux faire. Notre seul but est de vous guider vers ce qu'il faut faire (ou ne faut pas faire) sur vos pages d'accueil pour donner à vos internautes la meilleure expérience de navigation sur votre site... et les inciter à passer à l'achat.

## 2. Choix des sites analysés

**Afin de nous adresser au plus grand nombre**, les sites sélectionnés ne font pas partie du top 10 des plus gros e-marchands de l'année 2009. Nous avons au contraire arrêté notre choix sur de **petits et moyens sites e-marchands, divisés en 12 catégories**.

Toutes les catégories ne sont pas présentes mais nous espérons avoir fait un tour d'horizon assez large pour que vous puissiez vous y reconnaître !

# Catégories et liste des sites analysés

## 1. MODE ET ACCESSOIRES

cloggs.eu  
jolilola.com  
kikietalgalou.com  
montresandco.com  
snowreef.com

## 2. BEAUTÉ, BIEN ÊTRE ET SANTÉ

celyatis.com  
cmonbio.com  
distrimed.com  
greenrepublic.fr  
kiria.com

## 3. SPORT

actufitness.com  
aspora.net  
athlefit.com  
myunik.fr  
rugbycenter.fr

## 4. CULTURE ET JEUX

jouermalin.fr  
livrenpoche.com  
monroman.com  
rdmshopping.com  
toutabo.com

## 5. ÉLECTRONIQUE ET ÉLECTROMÉNAGER

bestofrobots.fr  
idemahome.com  
jequipemamaison.com  
laboutiquedunet.com  
macway.com/fr

## 6. DÉCORATION ET ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

arteus.fr  
madzelle.com  
maginea.com  
maisonetconfort.com  
voussert.fr

## 7. FLEURS ET PLANTES

entrefleuristes.com  
jardineriepasero.com  
jardinexpress.fr  
jardindupicvert.com  
karnivores.com

## 8. JARDIN, BRICOLAGE ET OUTILLAGE

jardideco.fr  
jardindeco.com  
outilmania.fr  
outy-shop.fr  
provence-outillage.fr

## 9. FOURNITURES ET ACCESSOIRES BUREAU

bonplan-fournitures.fr  
eurodyl.com  
fraisgeneraux.com  
fos.com  
kwebox.com

## 10. AUTO MOTO

mcommoto.com  
piecesavenue.com  
piecesvoitures.com  
rentanddrop.com  
tuning.fr

## 11. TOURISME

abcroisiere.com  
okipi.com  
snowresa.com  
sunparks.fr  
wonderbox.fr

## 12. ALIMENTATION

alicedelice.com  
chacunsoncafe.fr  
cote-aperitif.com  
kusmitea.com/fr  
madeleinemarket.com

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

**6 sites mis à nu**

Boostez votre performance...

...commerciale

...fonctionnelle

...navigationnelle

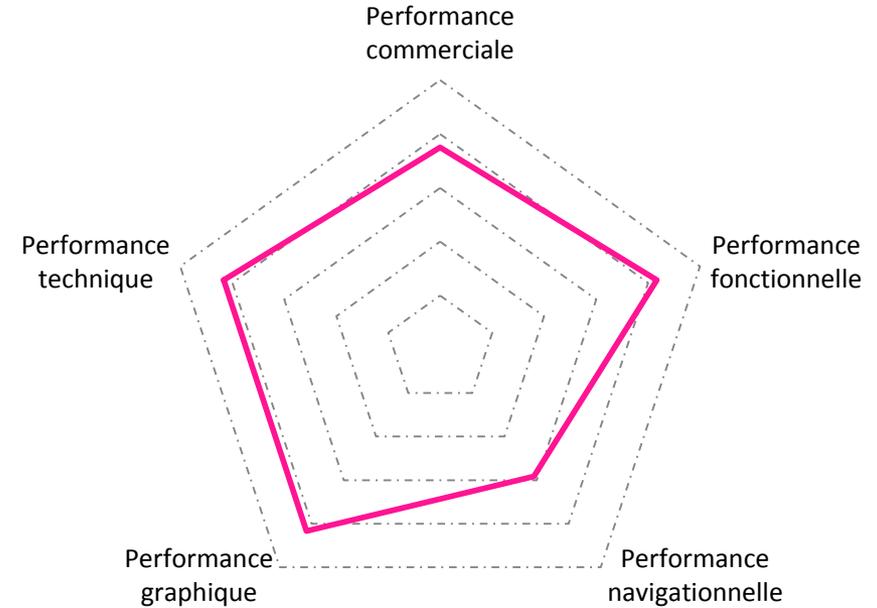
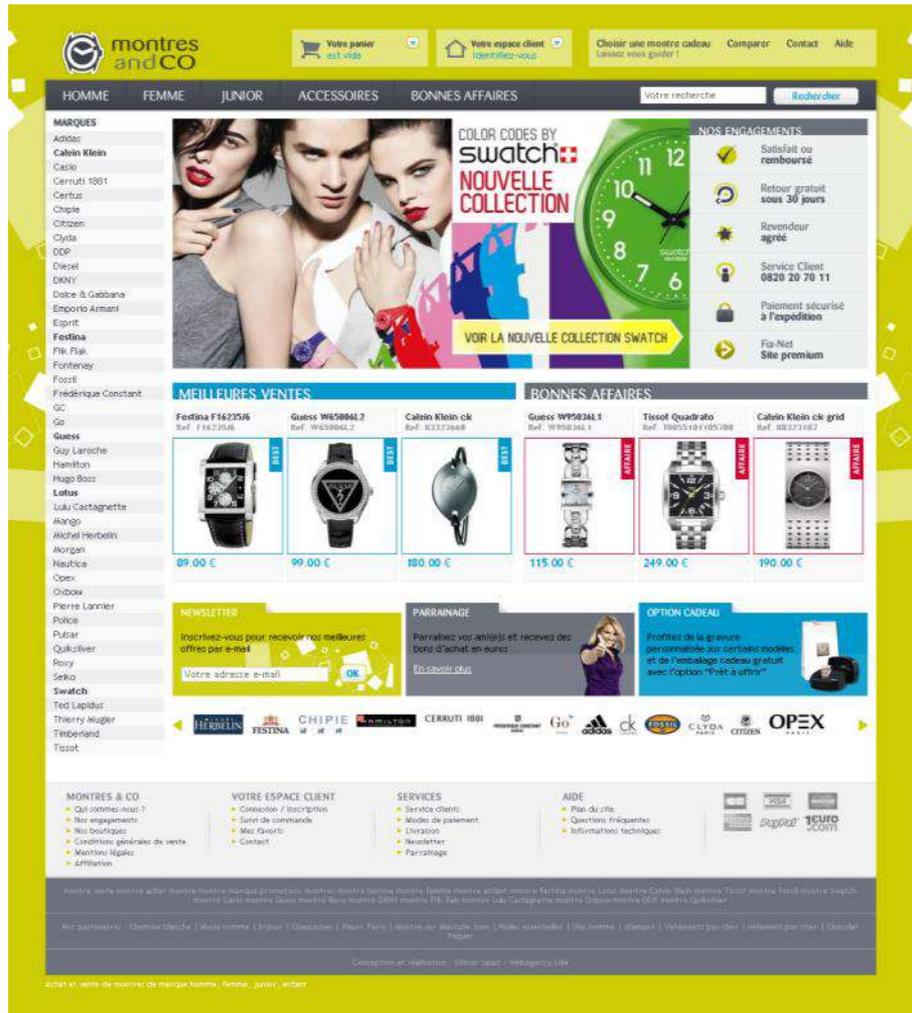
...graphique

...technique

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

Témoignages d'e-marchands

# MontresAndCo.com mis à nu



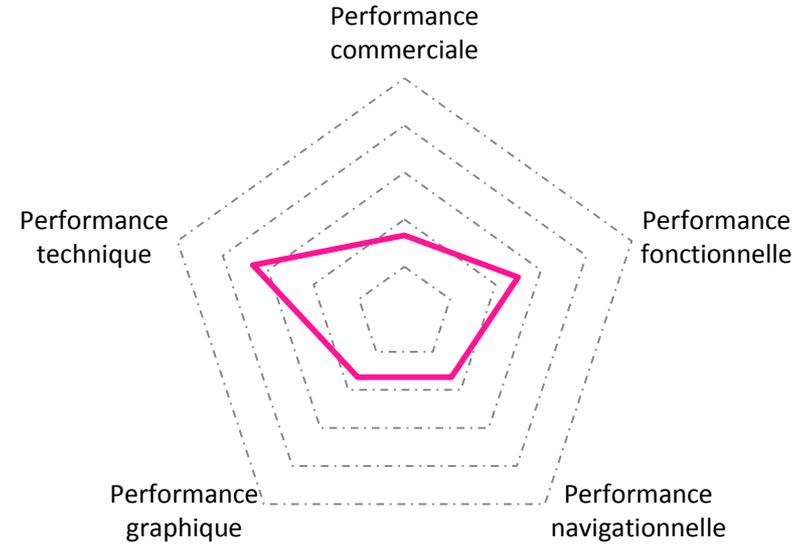
Une courbe presque parfaite...

Une silhouette qui ferait rêver plus d'un site...  
 J'avoue, je suis presque conquise mais pour vraiment me séduire, il faudra me surprendre en optimisant davantage votre navigation

Qui a dit que la perfection n'était pas de ce monde ?

# RDMshopping.com mis à nu

The screenshot shows the RDMshopping.com website with a blue header and a yellow navigation bar. The main content area is divided into several columns of product listings, each with a 'ACHETER' button. The products include DVDs, Blu-rays, and CDs from various genres like music, dance, and children's entertainment. A sidebar on the left contains navigation links and promotional banners. At the bottom, there is a footer with contact information and legal notices.

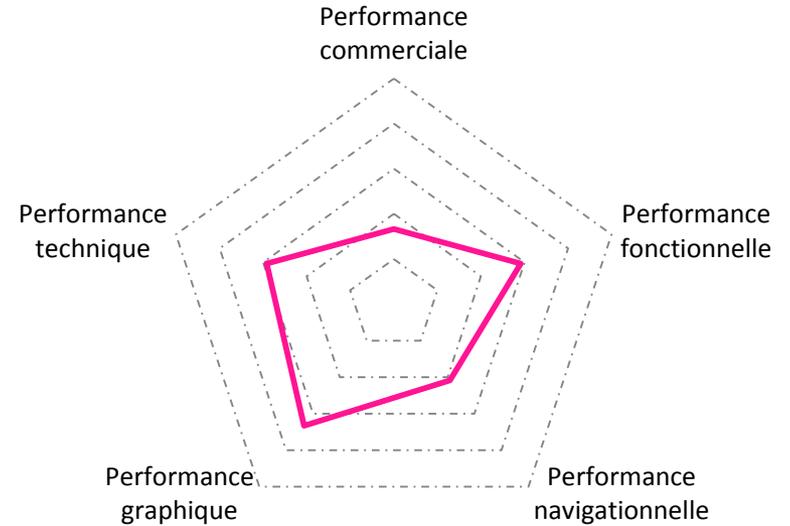


La mode n'est plus aux formes maigrichonnes !

J'ai d'ailleurs toujours revendiqué les courbes généreuses...

Alors si vous cherchez à me séduire il ne faudra pas hésiter à prendre plus de poids et d'assurance dans l'ensemble de ces domaines. ☺

# Provence-Outillage.fr mis à nu



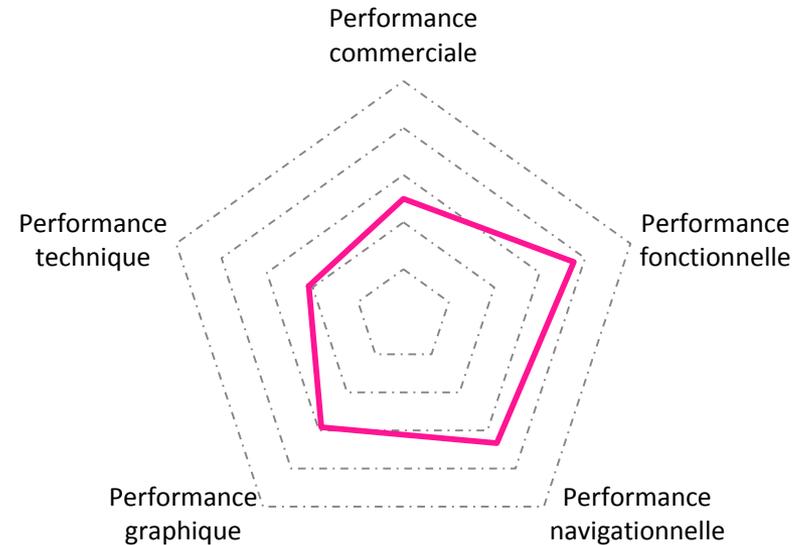
**Ne soyez pas timide ! J'ai l'intime conviction que vous pouvez me plaire.**

Je suis assez exigeante certes, mais c'est pour votre plus grand bien. Est-ce que cela vous aiderait si je vous susurrerais dans le creux de l'oreille que pour me séduire vous devez avant tout mettre en avant votre performance commerciale et navigationnelle ?

Je pense que ce sera un bon point de départ avant de travailler le reste...

# LaBoutiqueDuNet.com mis à nu

The screenshot shows the homepage of LaBoutiqueDuNet.com. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Informatique', 'Photo Vidéo', 'Image & son', 'Electromenager', 'Téléphonie', and 'Accessoires'. A search bar is on the left. The main content area features several product listings, including a Brother HL-5340D printer, a Toshiba laptop, and various cameras. There are also sections for 'Les nouveautés' and 'Les Modalités de règlement'. A sidebar on the right contains links for 'Mon caddie', 'Mon compte', 'Newsletter', and 'Informations'. At the bottom, there's a 'Produits phares' section with a list of products and their prices.

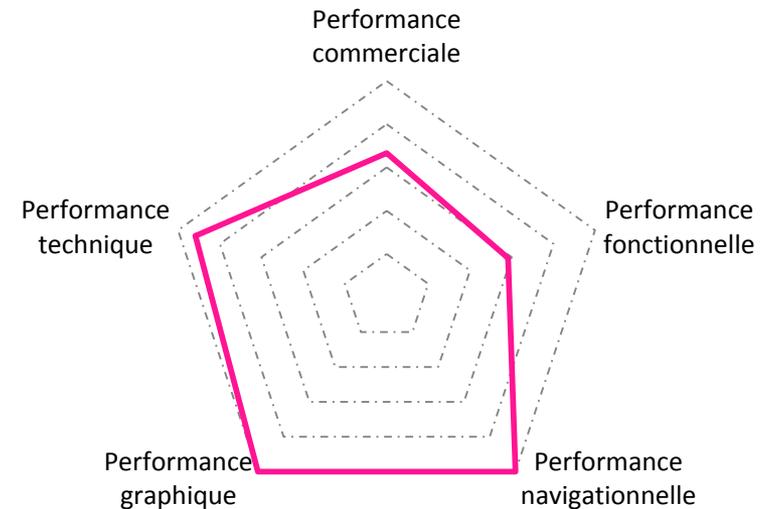


**Jolie performance fonctionnelle !**

Je ne cacherai pas non plus mon intérêt pour vos atouts navigationnels...

Domage que vous perdiez des points dans les autres domaines... Je suis pourtant sûre que ça reste dans vos cordes !

# Celyatis.com mis à nu

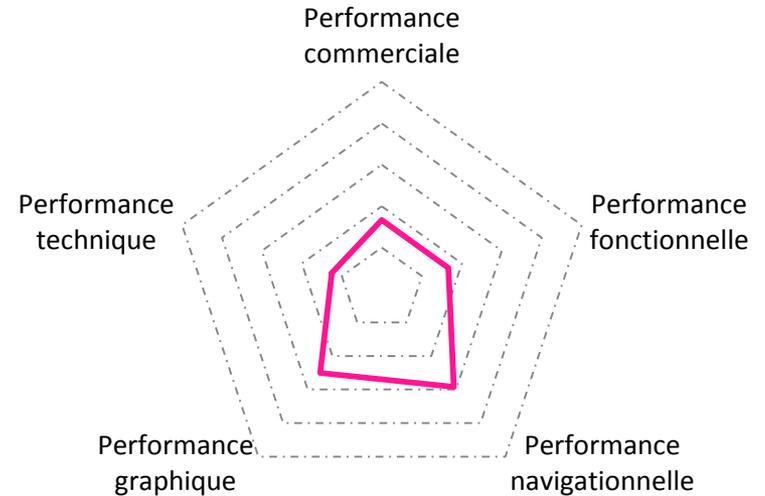


**Mon regard ne cesse d'être attiré par votre performance navigationnelle et graphique**

Ajoutez à cela une bonne maîtrise technique... vous m'hypnotisez !

Je me laisserais facilement perdre sur votre site mais la réalité me rappelle et vous échouez de peu dans les autres domaines.

# PiecesVoitures.com mis à nu



## Besoin d'un coach pour séduire davantage ?

Bonne nouvelle, je suis la personne que vous recherchez !

Ma méthode est très simple :  
 Performance commerciale + navigationnelle + fonctionnelle  
 + graphique + technique = plus de visites sur votre site et  
 plus de ventes.  
 Seul frein à ma méthode, je ne sais pas comment stopper  
 les flux de plus en plus croissants !

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

6 sites mis à nu

**Boostez votre performance...**

...commerciale

...fonctionnelle

...navigationnelle

...graphique

...technique

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

Témoignages d'e-marchands

# Connaissez-vous VRAIMENT vos prospects/clients ?



- ❖ Qui sont-ils ?
- ❖ Que pensent-ils de votre offre ?
- ❖ Comment perçoivent-ils votre site ?
- ❖ Êtes-vous meilleur que la concurrence ?

Notre Solution: **QUESTIONNAIRE**  
(sur votre site ou par mail)



Contactez-nous

Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)

**HomeMaison.com**  
Le 1<sup>er</sup> spécialiste décoration Rideaux, Voilages, Coussins sur internet



## Référencement Naturel

Développez votre audience de façon pérenne et rentable grâce aux moteurs de recherche et développez le trafic de votre site marchand

## Campagnes Google Adwords

Générez du trafic qualifié et ciblé et obtenez une visibilité garantie en moins de 24 heures

## Affiliation

Créez votre réseau virtuel de distribution rémunéré à la performance

## Tracking

Mesurez l'efficacité de vos actions marketing en ligne et votre R.O.I avec TrackFlow, l'outil développé en exclusivité par CyberCité

Télécharger notre Kdkol, pour connaître les bonnes pratiques du référencement !  
[www.cybercite.fr/kdkol.html](http://www.cybercite.fr/kdkol.html)

**CyberCité**  
WEBMARKETING & RÉFÉRENCEMENT — ■■■

Solutions webmarketing pour transformer votre trafic en client

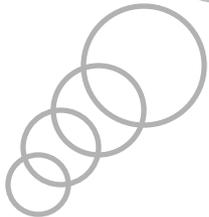
Contactez nous : 0811 02 0651

[www.cybercite.fr](http://www.cybercite.fr)

LYON • PARIS • NANTES •  
CHAMBERY

Je ne sais pas pour vous, mais lorsque j'arrive sur un site **la première chose que je regarde c'est le logo**. Si je ne comprends pas où je suis, hop, je m'en vais. Je suis comme ça vous savez, je marche à l'instinct...

Avec tous ces logos qui se ressemblent de plus en plus, heureusement que **la petite phrase près du logo** – on me souffle le mot « baseline » - **me permet d'y voir plus clair** : en quelques mots je sais précisément ce que je vais pouvoir acheter sur ce site. 😊





## + 1. Des mots précis qui présentent rapidement l'offre.

Le logo n'a pas besoin d'être trop sophistiqué : **la simplicité est parfois assez efficace**, comme c'est le cas sur Maison & Confort. La baseline permet également de clarifier les éventuelles ambiguïtés soulevées par le nom du site.



## + 2. Une police et des ornements qui renforcent et clarifient le sens des mots.

Dès lors que le nom du site est peu explicite et pas forcément très connu, **la baseline permet de préciser rapidement l'offre proposée**. Sans baseline, il serait plus difficile de savoir ce que propose le site Jolilola.



### 3. Un haut de page surchargé, une police illisible, une baseline pas vraiment parlante... et une seconde baseline ?!

**Difficile de s'y retrouver** sur Jardin Déco. Cet encart sur la droite « Tout pour la maison & tout pour le jardin », est-ce une seconde baseline censée préciser l'offre ? Ça me donne le tournis tout ça...

Quand je rencontre quelqu'un, aussi bien au travail que dans la vie de tous les jours, j'aime bien connaître l'identité des personnes à qui je parle. Quand je suis sur un site internet, c'est à peu près pareil :

**je veux savoir à qui j'ai affaire.**

Pour que j'accepte de valider ma commande et de donner mon numéro de CB, **il faut me rassurer**. C'est donnant-donnant !

Quand un site me laisse le choix pour le contacter (e-mail, téléphone, fax...) je trouve ça vraiment agréable.

Par contre, un site qui ne propose pas au minimum un moyen de contact, je trouve ça louche. Et attention à ne pas m'entourlouper : **une fausse adresse e-mail ou un numéro surtaxé et c'est le divorce assuré.**



## + 1. Une zone bien visible et des pictos qui guident le regard.

Par téléphone ou par e-mail : **MonRoman.com** laisse le choix aux internautes et affiche de manière assez visible les éléments de contact.



## + 2. Une zone de contact qui contraste avec le reste du header.

GreenRepublic a fait le choix de mettre son numéro de téléphone dans une barre claire, qui contraste avec le bandeau très coloré. Notez qu'il est inutile de mettre les informations en très grand pour les rendre visibles : **aérer les éléments est souvent bien plus efficace.**



### 3. Un numéro de téléphone imposant.

Distrimed a décidé de mettre en avant son numéro de téléphone juste en dessous du logo, en l'affichant dans une taille imposante avec un pictogramme adéquat : dommage que le haut du site soit désorganisé et que les couleurs ne guident pas le regard. J'étouffe en voyant ça, et **mes yeux ne savent pas où regarder...**

### 4. Un lien très peu visible en bas de page.

Kiria met certes en avant ses points de vente physiques sur Paris et Toulouse. Mais **pour contacter la division web, comment je fais ?** Un tout petit lien en bas de page qui donne accès à un formulaire de contact, c'est pas vraiment suffisant pour me mettre en confiance...

Qui sommes-nous ? | Plan du site | La presse en parle | **Contactez-nous** | Mentions légales | Conditions générales de vente | Paiement sécurisé | Une livraison rapide  
Nos services | Liens utiles | Propulsé par Kiria™

2009 © Kiria ® Marque déposée par Kiria

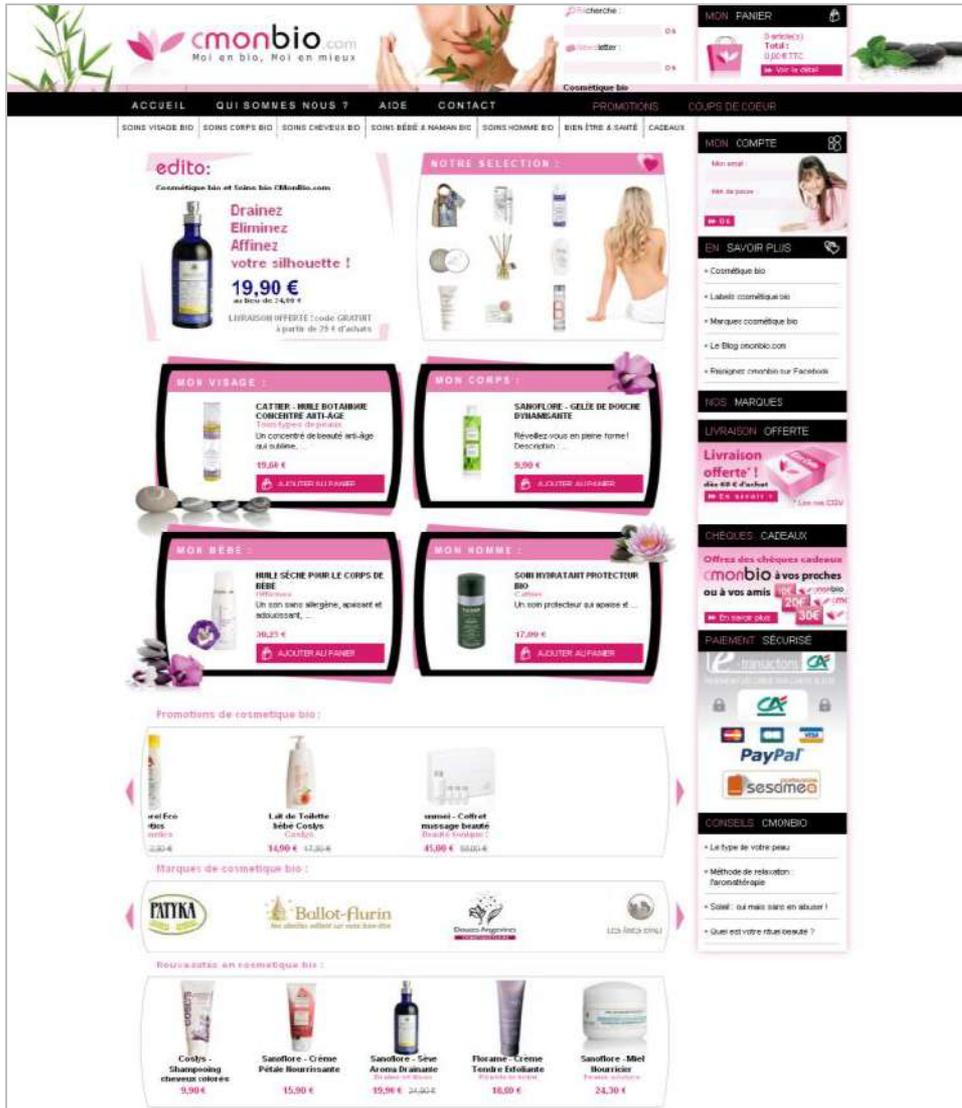
Dans ma ville, il y a aussi bien des pocket stores que des mégastores. Mais **sur mon bureau il n'y a qu'un tout petit écran.**

Oh, c'est sûr, il est plus grand que celui que j'avais il y a 10 ans, et probablement plus petit que celui que j'aurai dans 10 ans...

Quoiqu'il en soit, les architectes vous le diront : quand il est impossible d'agrandir une maison, il est toujours possible d'optimiser l'aménagement de l'espace intérieur !

Sur le web, c'est pareil : un site, c'est comme une maison qui ne peut être agrandie, **la seule solution est d'optimiser la surface disponible.**





**+** 1. Des zones bien structurées et des carrousels qui permettent d'afficher davantage de produits.

CMonBio arrive à afficher plus de 30 produits et 26 entrées par marque sur une page relativement courte : ceci est possible grâce à une **mise en page habile**, faisant appel notamment à des carrousels.

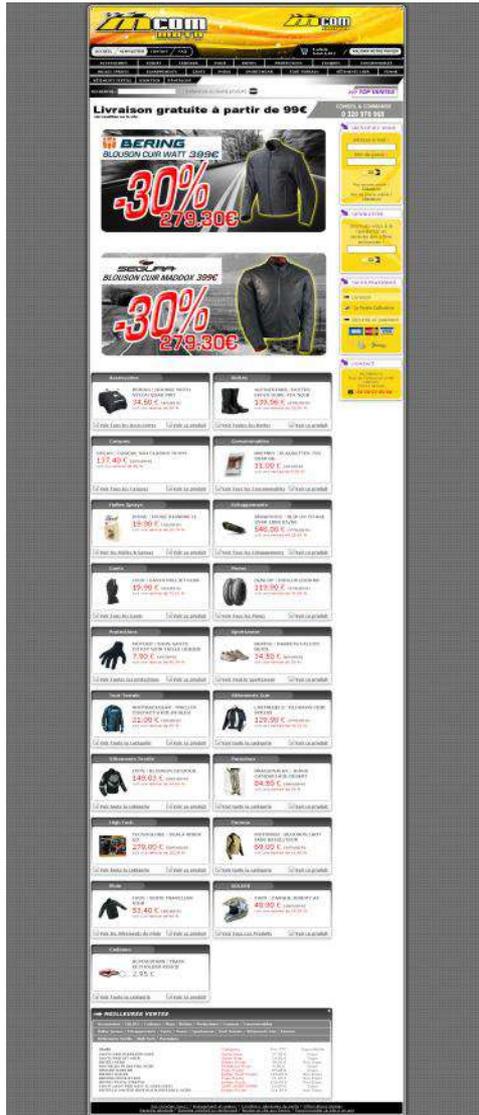
**On regrettera le défilement continu** des produits de ces carrousels qui donne le tournis...

The screenshot shows the Alice Délice website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Espace Boutique' and 'Espace Complice'. Below it is a search bar with filters for 'Produits', 'Marques', and 'Mots-clés'. The main content area is a grid of 30 product cards. Each card features a product image, a title, a short description, a price, and an 'Ajouter au panier' button. The products are organized into categories like 'Nouveautés', 'Indispensables', and 'Bonnes affaires'. A large banner for 'GOURMANDISSES & Co' Hello Kitty Pâtisserie is at the top of the grid. The page is designed to be compact and easy to navigate.

## + 2. Des onglets qui permettent de ne pas surcharger la page.

Alice Délice affiche près de 30 produits sur **une page très courte**. Cette fois, les onglets ont remplacé les carrousels.

C'est plutôt efficace pour nous **présenter plein de produits sans nous agresser**. 😊



## 3. Une page bien trop longue !

MComMoto a souhaité mettre en avant de nombreux produits sur sa page d'accueil.

Même si de nos jours les internautes sont habitués à scroller (notamment grâce aux molettes des souris), **une page d'accueil doit avoir une longueur raisonnable.**

Mon fromager vend des fromages, mon primeur des fruits et légumes, mon caviste de l'alcool, mon boucher de la viande et mon pharmacien des médicaments.

**Et ce site, il vend quoi ?**

Ce n'est que le début et pourtant il y a déjà plus de 64 000 sites de e-commerce en France : **pour vous démarquer, pensez bien à rendre votre offre perceptible en un coup d'œil.** Car sinon, direction la concurrence, je ne fais pas de cadeau moi !

Comment faire me demandez-vous ? Alors là, ce ne sont pas les leviers qui manquent : logo, baseline, titres, textes, visuels, mise en page...

Rien n'est là pour « faire joli », tout doit être réfléchi (telle sera désormais votre devise).

N'oubliez cependant pas que l'éditorial, le graphisme et l'ergonomie ne pourront jamais compenser une stratégie inexistante ou un business model bancal !

Quelles sont les  
**ATTENTES** de vos  
prospects / clients ?



- Quelles sont leurs habitudes d'achat ?
- Quels sont leurs besoins ?
- Vos services sont-ils adaptés ?

Notre Solution: **FOCUS GROUP**

Contactez-nous

**TECHNI  
CONTACT**

Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)



**ATHLEFIT**  
SPORTS NUTRITION

Caler, protéine, whey, prise de masse, développement et définition musculaire

MON COMPTE | MON PANIER

ACCUEIL | LES PRODUITS | LES CONSEILS | L'ENTREPRISE

ACCÉDEZ PAR  
Fonctions du produit  
Catégories de produit  
Noms de produit  
Meilleures ventes

**WEIGHT GAINER**  
Gain de masse rapide !

OFFRE SPECIALE  
2 produits achetés =  
le 3ème OFFERT !

JEU CONCOURS  
1 roman LCD 40' à  
GAGNER !

FAT BURNER  
Séchage extrême !

WEIGHT GAINER  
Gain de masse  
rapide

LES MEILLEURES VENTES

2 ACHETÉS = 1 OFFERT !  
**WEIGHT GAINER**  
Gain de masse rapide  
Favorise la prise de poids  
Développement de la masse musculaire  
Apport calorique maximal  
à partir de 25,10 € - 32,80 €

2 ACHETÉS = 1 OFFERT !  
**PROTEIN 95+**  
Prise de muscle sec  
Favorise la prise de muscle sans le  
développement musculaire  
Recommandé en périodes de séchage  
Favorise la texture musculaire  
à partir de 32,30 € - 36,80 €

2 ACHETÉS = 1 OFFERT !  
**WHEY PROTEIN**  
Développement musculaire  
maximum  
Recette d'antibolus post-entraînement  
Protéines Whey à assimilation rapide  
Volume et force musculaire  
à partir de 25,60 € - 32,80 €

BCAA  
Favorise la croissance musculaire  
Permettent une meilleure réparation  
Action anti-catabolique  
25,90 € - 28,90 €

FAT BURNER  
Séchage extrême  
Favorise la destruction des graisses  
Sécher vos muscles  
26,50 € - 29,90 €

COMPLEXE FORCE  
Reprenez vos limites !  
Utilisation optimale de l'énergie par  
l'organisme  
Participation à la construction musculaire  
23,30 € - 26,90 €



## 1. Une offre sans ambiguïté.

Logo, baseline, animation principale, visuels assez grands... **Les produits vendus par Athlefit sont clairement identifiables** : pas de doute, c'est du costaud !

The screenshot shows the Cloggs website interface. At the top, there's a navigation bar with 'LIVRAISON GRATUITE EN 48H', language options, and 'PRIX EN EUROS'. The main header features the Cloggs logo and a 'fitflop' banner with the text 'MAINTENANT SUR CLOGGS! Voir tous les modèles Fitflop >'. A search bar is on the left, and a navigation menu lists 'ACCUEIL', 'PRIX RÉDUITS', 'HOMME', 'FEMME', 'ENFANT', and 'MARCHÉS'. The central content area is titled 'accueil' and features a large banner for 'fitflop' sandals with the headline 'MUSCLEZ-VOUS TOUT EN MARCHANT.' and 'Technologie fitness intégrée!'. Below the banner is a grid of shoes with prices and a section for 'NOUVELLES MARQUES' including Superdry, Bronx, and Base London.



## 2. Une offre relativement bien perceptible.

Sur le site de Cloggs, **on voit assez rapidement quels produits sont en vente.**

Je dois avouer que j'ai quand même eu **du mal à comprendre ce que représentait le logo** (il faut dire que le nom anglais ne m'a pas aidé...) : ah oui, clogg = sabot, tout s'explique !

The screenshot shows the Actufitness website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Promotions', 'Nouveautés', 'Conseils', 'Guide d'achat', 'Informations', 'Aide', and 'Contact'. Below this, there are several product listings with images and prices, such as 'X-LINE BLX' for 279€ and 'Vélo ergomètre RB-3'. A central banner features a treadmill 'PF475 PRO-FORM' with a 28% discount. The bottom of the page includes a 'BONS PLANS DU MOMENT' section with five product cards, a 'LES GARANTIES SHOP-AVENUE' section, and various logos for payment and shipping services like 'FIA-NET.com', 'AMERICAN EXPRESS', 'PayPal', and 'SOGENACTIF'.



## 3. Un contenu flou...

Mais... c'est un magazine ou un site de e-commerce ?! Telle a été ma première impression à la vue d'Actufitness. J'ai mis du temps avant de trouver la réponse...

Il faut dire que l'incertitude est de mise : le nom du site est trompeur et les produits ne sont pas vraiment bien mis en avant.

Quand je vais dans un magasin, **j'aime bien regarder les prix pour pouvoir comparer**. Vous savez, je n'aime pas me faire avoir. Quand j'achète un produit, j'aime bien savoir combien je vais devoir dépenser.

Dès qu'il manque une étiquette, je m'informe auprès d'un vendeur (ou d'une borne dans les supermarchés...). Je vous avoue que dans certains pays étrangers, où l'affichage des prix n'est pas obligatoire, j'hésite vraiment à acheter.

**En général, pas de prix, pas d'achat !** Et puis, il faut dire que sur certains sites qui n'affichent pas les prix sur la page d'accueil, on se demande vraiment si les produits sont à vendre...



EXCLUSIVITÉ KIRIA	NOUVEAUTÉ KIRIA	PROMO KIRIA
<p>Coussin de maternité Corpomed</p>  <p>69,00 €</p> <p>&gt; Ajouter au panier &gt; Voir toute la gamme</p>	<p>Baignoire FlexiBath Babymoov</p>  <p>40,00 €</p> <p>&gt; Ajouter au panier &gt; Voir toute la gamme</p>	<p>Zeno anti-acné</p>  <p>135,15 € <del>159,00 €</del></p> <p>&gt; Ajouter au panier &gt; Voir toute la gamme</p>

**+** 1 et 2. Des prix visibles en un coup d'œil.

Sur Kiria et sur KikietGalou, **les prix des produits présentés sur la page d'accueil sont bien visibles.** Ils sont suffisamment gros et bien aérés.

Les prix barrés affichés par Kiria permettent d'indiquer rapidement à l'internaute l'économie potentielle.



 <p>KAPORAL Enfant 35.00€</p>	 <p>Converse 89.00€ <b>Port gratuit</b></p>	 <p>le temps des cerises enfant 55.00€</p>
 <p>JAPAN RAGS 99.00€</p>	 <p>KEDS 39.00€</p>	 <p>LE TEMPS DES CERISES 99.00€</p>



 <p>Promo</p> <p>SET PRO SUPERCUT FEIN MENUISIER + MEULEUSE</p> <p>624,89 € HT 498,00 € HT 749,70 € TTC 595,61 € TTC</p> <p>► Détails ► Ajouter au panier</p>	 <p>Promo</p> <p>Perceuse Visseuse DEWALT DCD025B2 - 18V - Ni-Mh - percussion</p> <p>395,47 € HT 340,00 € HT 472,62 € TTC 406,64 € TTC</p> <p>► Détails ► Ajouter au panier</p>	 <p>Promo</p> <p>Laser croix BOSCH GLL 2-50 + BS 150</p> <p>275,00 € HT 214,08 € HT 329,00 € TTC 256,04 € TTC</p> <p>► Détails ► Ajouter au panier</p>
--	--	---

### 3. Trop de prix, on s'y perd !

OutilMania propose **à la fois le prix TTC et HT et les prix avant remise**. Une double cible (particuliers et entreprises) a certainement conduit à ce choix assez perturbant.



		
<p>Salon de jardin F3</p> <p>929.00 €</p>	<p>Cabane de jardin Koala</p> <p>359.00 €</p>	<p>Banc en teck Brighton</p> <p>299.00 €</p>

### 4. Des prix riquiquis, à peine visibles.

La Jardinerie Pasero ose à peine afficher ses prix. Éloignés du produits, séparés par une ligne, de petite taille... **Tout ça n'est pas très incitatif !**

**Toute relation pérenne repose sur la confiance.** En méditant cette phrase, on se rend compte qu'il en est de même pour la relation client.

**Vos prospects ne deviendront jamais clients s'ils ne se sentent pas rassurés par vos produits, mais également par vos services et vos garanties.**

Tenez, l'autre jour j'étais sur un site qui n'indiquait pas sur sa page d'accueil quels moyens de paiement il proposait : comment savoir si ce site est sérieux ? Si les transactions sont sécurisées ? Si une livraison rapide est garantie ? J'étais inquiète alors j'ai décidé d'effectuer mon achat sur un site que je connais et à qui je fais confiance...



## FLOCCAGE



**Il nous réalisons tout type d'impressions: Numéros, Logos, ...**

Ne rater pas notre offre pour avoir vos flocages offerts.

► [Tous savoir sur le flocage](#)

## PAS ENCORE INSCRIT?



**Vous êtes nouveau? 3€ OFFERTS** vous sont offerts sur vos achats

► [Inscrivez-vous ici](#)

## AVANTAGES CLUBS



**Vous êtes un club ou une association sportive ?**

- Un devis sous 24h
- Des remises par quantité
- Carte Avantage Club

## LES + ASPORA



**Frais de livraison offerts** dès 99€ d'achat



**30 jours satisfait ou remboursé**



**Livraison des produits volumineux sur rendez-vous**



**Envoi colissimo 48/72H avec suivi**



**Débit à l'expédition**



## UNE QUESTION ?

Un conseiller vous répond au

**0 952 345 345**



## Nos Engagements

- Stock et Expédition rapide
- Produits garantis en France
- Satisfait ou Remboursé 30 jours
- Paiement sécurisé
- Assistance téléphonique



## Nos Services PLUS !

- Livraison GRATUITE \*
- Suivi de commande détaillé
- Message cadeau personnalisé
- Compte client et Avantages
- Services pour professionnels

**LIVRAISON  
24/48H  
GRATUITE  
A PARTIR DE 200€ D'ACHATS**



## \* NOS ENGAGEMENTS

- Sélection des meilleurs partenaires
- Disponibilité maximale
- Centrale réservation dédiée
- Echange et prolongation gratuits'

## \* LES BONUS WEB

- Cadeau de dernière minute
- Paiement sécurisé à 100%
- La livraison en 24h

## Une question ?

08 21 20 26 26  
(numéro violet) 0,12€/min



**+ 1, 2 et 3. Des éléments de confiance bien mis en avant !**

Sur Aspora, Best of robots et WonderBox, **les éléments de confiance sont regroupés et agrémentés de pictogrammes** : on perçoit très rapidement les garanties et avantages concurrentiels. Ces arguments de vente m'incitent vraiment à commander, je me sens tout de suite en confiance !

# Mettez-moi en confiance

The screenshot shows the ABCroisiere.com website. At the top, there's a navigation bar with the company logo and contact information (0826 106 106). Below that is a search bar with fields for destination, date of departure, budget, duration, and cabin name. A 'Rechercher' button is on the right. Underneath the search bar, there are logos for various cruise lines like Costa Crociere, MSC Crociere, and Royal Caribbean. The main content area features several promotional banners and lists of cruise offers. One banner says 'Jusqu'à 600€ de réduction MSC'. Another says '-50% sur le 2ème passager'. There are also sections for 'Dernières minutes' and 'Spécial Egypte!'. The website layout is cluttered with many small text elements and images.

The screenshot shows the J'équipe ma maison website. At the top, there's a navigation bar with the company logo and a tagline 'Un max de prix en électroménager, image, son...'. Below that is a search bar. The main content area features a large banner for ' Paiement sécurisé ' (Secure Payment) with logos for e-transactions, Receive & Pay, VISA, MasterCard, and American Express. Below this is a logo for FIA-NET.com with the tagline 'LA SÉRÉNITÉ DE L'ACHAT'. At the bottom, there's a 'SITE SELECTIONNÉ DANS Best on Web' award logo.

PERFORMANCE  
COMMERCIALE

## 4 et 5. Pas ou peu d'éléments de confiance...

ABCroisiere a carrément **oublié de mettre en avant des éléments de confiance**. Un numéro de téléphone, ça ne suffit pas. Quand je pars en croisière en amoureux sur le Nil, j'aimerais bien qu'on me rassure un minimum sur les prestations...

J'équipe ma maison s'est **contenté du minimum** : la sécurité du paiement et un petit award. Et quoi d'autres ? Pourquoi commander sur ce site plutôt qu'ailleurs ?

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

Performance comparée de 6 sites

**Boostez votre performance...**

...commerciale

**...fonctionnelle**

...navigationnelle

...graphique

...technique

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

Témoignages d'e-marchands

# Besoins de booster votre chiffre d'affaires RAPIDEMENT?



- Quelles pages vous font perdre des ventes ?
- Quels sont les freins à l'achat ?
- Que devez vous mettre en place rapidement ?

Notre solution : **AUDIT et Recos e-Commerce**

(Livré sous 2 semaines)

**LEPAPE**  
VOTRE SÉLECTIONNEUR D'ÉQUIPEMENT SPORTIF

Contactez-nous



**HOMECINÉ**  
SOLUTIONS

Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)

**RAJA**  
42



## La solution pour la création de votre site marchand

*Oxatis Start&GO est la solution utilisée par près de 7.000 TPE, artisans, commerçants, auto-entrepreneurs et indépendants.*

### Oxatis a pour vocation de vous faciliter l'accès au E-Commerce

- Pas besoin de connaissances techniques pour créer un site E-Commerce Oxatis.
- Un abonnement sans engagement de durée, sans frais de départ ni commission sur le CA.
- Progresso, un programme d'aide et d'accompagnement dans la création de votre site marchand, pour vous mener vers le succès.
- Un budget maîtrisé, vous disposez d'un site e-commerce performant.

<b>Web Premium</b> Votre catalogue en ligne <b>20€ HT /mois</b>	<b>Commerce Pro</b> Votre site marchand <b>35€ HT /mois</b>	<b>Commerce Expert</b> Votre site E-Commerce B2C ou B2B <b>50€ HT /mois</b>
---	---	---

*Les offres Start&Go pour votre site marchand*



### Une solution E-Commerce tout compris

- Le logiciel en ligne : rien à installer, mises à jour automatiques, accessible depuis n'importe quel ordinateur.
- Un hébergement sécurisé et performant pour votre site marchand.
- Le support utilisateurs illimité, 24h/24, 365 jours par an qui vous aide dans la création et la montée en puissance de votre site E-Commerce



#### Contact :

Leslie au 0 820 20 10 22 –  
inf@oxatis.com

Code PROMO : ALTICS 2010

<http://startandgo.oxatis.fr/altics2010.htm>

*Vous êtes une PME ou grande entreprise ?*

*Faites-vous accompagner par un distributeur certifié dans la mise en place de votre projet avec Oxatis Open Enterprise.*

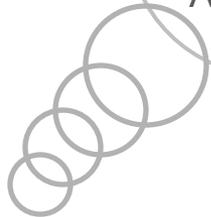


Sur un site comme au supermarché, j'aime bien avoir un panier. Tout porter dans les bras, ça devient vite encombrant... Et puis ça me permet de mettre des produits de côté, d'en rajouter, d'en supprimer. **Quand on y réfléchit, c'est vraiment pratique un panier ! 😊**

Pour ça, à l'instar d'un chariot au supermarché, le panier est un des éléments essentiels de vos sites e-commerce. Il est important d'y accorder de l'importance.

Un panier présent et visible dès la page d'accueil m'invite plus volontiers à le remplir. **Ça me permet également de voir à tout moment ce que je suis sur le point d'acheter.**

Allez, hop c'est parti !



PIECESAVENUE.COM  
Experts en Pièces et Services auto

**MAXI PROMO!**  
Les prix fondent comme la neige!

Accueil Pièces Auto Devis personnalisé Accessoires & Entretien

1 article  
Total de ma commande  
**106,62 €**

1x Jeu de 2 Ressorts de suspension MONROE SP0814 106,62 €  
Total **106,62 €**  
Voir mon panier

distrimed  
Le matériel médical sur le net  
Conseils et commande  
04 94 23 30 20

Espace client  
Entrez votre email  
OK  
Mot de passe oublié  
Nouveau client?

Panier  
0 article  
Détails | Valider  
Suivi de commande  
F.A.Q.

Recherche rapide : OK Marques Choisissez Index des produits : par nom | par catégorie

## + 1 et 2. Des paniers bien visibles présents dans le header.

Sur PiècesAvenue et Distrimed, le panier n'a pas été oublié ! **Il est présent, on le voit et on aime ça.** Savoir que je peux accéder à mon panier même depuis la page d'accueil, ça me facilite vraiment la vie.



### 3. Un panier présent mais hors convention.

Non, Kwebox n'a pas oublié le panier... Mais je dois avouer qu'il ne me saute pas aux yeux, son emplacement et ses couleurs ne me guident pas. Un pictogramme plus visible aurait peut être réussi à mieux m'orienter !



### 4. Un panier noyé dans le décor.

Où est-ce que j'en suis ? Pour combien j'en ai ? Est-ce que j'ai bien pensé à prendre cette lampe tout à l'heure ? Toutes ces questions doivent pouvoir trouver leur réponse en un coup d'œil ou en un passage de souris.

Quel bonheur de pouvoir accéder au contenu du panier sans changer de page. Trop me couper dans ma démarche d'achat ne m'incite pas à rester !

Avoir un rapide aperçu de la liste des produits contenus dans mon panier me permet de bien **vérifier où j'en suis... et surtout de contrôler que je n'ai rien oublié !**





## + 1. Un contenu clair et complet.

MyUnik nous donne un **détail très complet du panier en un clic**. Photo, référence, nom du produit, quantité et prix... Rien ne manque... Ah si ! Peut-être les frais de livraison... espérons qu'il n'y en ait pas ! 😊



## + 2. Un panier détaillé et modifiable.

Outy-Shop nous propose **un panier** proche de la « perfection », **bien visible, complet**, même les frais de livraison sont indiqués...

Et si je change d'avis, pas besoin de retourner à la page du panier : **je peux supprimer le produit en question !**



### 3 et 4. Aucune indication sur le contenu du panier.

Toutabo et Tuning possèdent **un accès au panier qui n'est pas très visible**. Il n'y a surtout aucun moyen d'accéder au contenu de son panier sans changer de page, quel dommage ! Comment savoir où j'en suis ?

Je suis une internautes assez fidèle vous savez... **Quand je commande sur un site, si les produits et le service me conviennent, il y a de fortes chances pour que je repasse commande sur le même site par la suite.**

Juste une petite question qui m'est venue il y a quelques jours : vous imaginez la caissière du commerce en bas de votre rue vous demander de remplir un formulaire à chaque fois que vous achetez un produit ?

Vous comprenez bien que je n'ai pas envie de renseigner mes coordonnées personnelles à chacun de mes achats sur internet. Pour cela, on a inventé « l'espace client ». Un espace rien qu'à moi !

Quand je peux suivre l'état de mes commandes, consulter mes anciennes factures, contactez le SAV, tout ça depuis un même espace, c'est quand même pratique non ?

**Mais il ne suffit pas de proposer un espace membre, il faut aussi que l'accès à celui-ci soit facile.** C'est là que le bat blesse...



Qui sommes-nous ? | CGV | Contact

Recherche



Mon Compte

Bienvenue, [identifiez-vous](#)  
[Créer un compte](#)



Mon Panier

Votre panier est vide

distrimed

Le matériel médical sur le net

Conseils et commande

04 94 23 30 20



Espace client

Entrez votre email

.....

- Mot de passe oublié
- Nouveau client ?



Panier

0 article

[Détails](#) | [Valider](#)

- Suivi de commande
- F.A.Q.

## + 1 et 2. Des espaces personnels en tête du site.

OutilMania et Distrimed proposent un espace personnel auquel je peux rapidement accéder... Comme beaucoup de sites, ils ont choisi de mettre en avant l'accès au compte client dès le haut du site : **comme j'ai l'habitude que le compte client soit à cet endroit, je ne perds pas de temps à le chercher !**

The screenshot shows the ChacunSonCafe.fr website. The navigation menu includes: Accueil, Aide et Contact, Frais de port ?, Moyen de Paiement ?, S.A.V. ?, and **Votre compte** (highlighted with a purple box). Below the menu is a row of product categories with images: Machine expresso, Cafetière, Café en Grains, Café Moulu, Dosette ESE, Dosette Souple, Accessoire, Thé Tisane, Chocolat, Bio Equitable, Idée Cadeau, and Café au Bureau. Below this is a login form with the text "Déjà client ? Identifiez-vous :", a field for "Votre e-mail", a password field with dots, and an "OK" button (highlighted with a purple box). At the bottom, there is a news snippet: "Nespresso attaque ChacunSonCafe en justice ! Lire l'article et donnez-nous votre avis".

### 3. Des accès au compte peu clairs.

ChacunSonCafe n'a pas oublié l'accès au compte dès la page d'accueil. Mais dans le coin à droite avec une police si petite, **il reste tout de même difficile à voir**. Un intitulé plus gros n'aurait pas été de refus pour le second accès 😊

The screenshot shows the côté apéritif website. The navigation menu includes: contact, **mon compte** (highlighted with a purple box), and aide. To the right, there is a phone icon with the number "09.77.32.96.97" and the text "appel non surtaxé". Further right is a shopping cart icon with the text "mon panier 0 article dans mon panier". Below the navigation is a search bar with the text "vous recherchez ?" and "ex : vin de fraise". To the right of the search bar is a "PARTAGER" button with social media icons.

### 4. Un compte qui n'est pas du tout mis en avant.

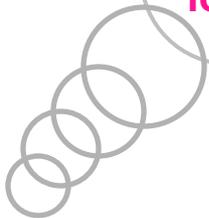
Oui, moi non plus **je ne l'ai pas vu tout de suite** : une police d'écriture gris-clair sur un fond blanc... ce n'est pas très visible ! D'autant qu'il est impossible de rentrer son identifiant et son mot de passe dès la page d'accueil, c'est dommage...

Naviguer sur un site, c'est parfois comme se promener dans un labyrinthe. On se balade de page en page sans se soucier de rien et d'un coup on se retrouve perdu ! Mince c'était pas prévu.

**Comment je vais faire pour retrouver le point de départ ?**

Ça me rappelle les courses d'orientation du lycée, j'étais déjà pas très douée...

Euréka ! Je viens de me souvenir qu'**il suffit juste de cliquer sur le logo pour revenir à la page d'accueil**, ouf je suis sauvée !





Louer en aller simple - Une idée qui déménage

Réservations

Promotions

Agences

Véhicules

Services

Aide et Conseils

Réservez ! ou **devis gratuit en ligne**

Location d'utilitaires



Qui sommes-nous ? | CGV | Contact

Recherche



OK



Mon Compte

Bienvenue, [identifiez-vous](#)  
[Créer un compte](#)



Mon Panier

Votre panier est vide

OUTILLAGE ELECTROPORTATIF

OUTILS A MAIN

ACCESSOIRES

CONSOMMABLES

JARDINS & FORETS

ÉLECTRICITÉ

PROTECTION EPI

**+** 1 et 2. Un logo qui renvoie à la page d'accueil.

**Mettre en place un logo cliquable qui renvoie à la page d'accueil, ça n'est pas très compliqué et c'est surtout très utile** pour les internautes qui aiment se perdre comme moi dans les nombreuses pages d'un site. RentN'Drop et OutilMania me permettent à tout moment de retrouver la page d'accueil et cela depuis n'importe quelle page de leur site : je me sens rassurée !

**JardiDéco**  
Conditions générales de vente | Paiement sécurisé : la sérénité lors de vos achats

Besoin d'un conseil ?  
Suivi de commande ?  
Du lundi au vendredi  
9h-12h et 14h-17h30  
03 84 25 18 04

Accès à votre compte  
Votre E-mail  
Mot de passe oublié?  
Première visite ? Enregistrez-vous

Rechercher un produit :  
piscine, lit ...  
Recherche avancée  
Besoin d'aide? Cliquez ici !

Piscines | Equipements Jardin | Mobilier de jardin | Jeux | Maison

Mon Panier : 0 article(s)

Accueil > Abris de jardin > Abris de jardin bois < 6 m² > Abri de jardin en bois massif 28 mm - 3,92 m²

**plein ciel bon plan**  
by SGM  
Fournitures

le meilleur au meilleur prix

Accueil | Catalogue Général | Consommables | Aménagement | Dessin Loisirs | Fournitures | Informatique | Bureautique | Mobilier | Papeterie | Services généraux

### 3. Un logo non cliquable.

Le site Jardideco propose une gamme de produits très variée : tout est tentant ! Je me laisse perdre dans leurs nombreuses fiches produits, mais j'ai quand même besoin de garder mes repères et de revenir de temps en temps à la page d'accueil. **Je clique donc sur le logo mais rien ne se passe. Je reclique, toujours rien.** Je dois utiliser les flèches retour de mon navigateur ? Ça va être long ! Ah non je viens de voir que je pouvais cliquer sur le lien « accueil » du fil d'Ariane... Pas très simple quand même.

Sur Bon Plan fournitures, c'est à peu près le même principe : le lien accueil n'est pas présent dans le fil d'Ariane mais dans le menu horizontal. **Un logo cliquable, ça serait quand même plus pratique...**

De nature très active j'aime aller à l'essentiel et j'avoue, mon plus gros défaut est de ne pas être très patiente !

Alors quand j'arrive sur un site, j'apprécie particulièrement que l'on me guide rapidement vers les produits de mon choix. Plutôt que de me perdre dans les innombrables menus, **je préfère souvent utiliser un moteur de recherche (l'effet Google sûrement...).**

Et puis maintenant qu'on est dans les confidences, je vous avoue également que je suis un peu tête en l'air, alors **il m'arrive régulièrement de ne plus connaître exactement le nom du produit que je recherche ou même l'orthographe...**

Alors un peu de compassion pour moi cher moteur de recherche : une petite fonctionnalité d'auto complétion m'aiderait vraiment beaucoup !

Mais attention, ne me faite pas dire ce que je n'ai pas dit : je ne suis pas une assistée !  
Non mais... !



## + 1 et 2. Un moteur de recherche bien visible et auto suggestif, j'adore !

En moins de deux secondes mes yeux se posent sur le moteur de recherche de JouerMalin. D'abord il est vraiment visible et en plus une grosse loupe illustre sa fonctionnalité. J'ai donc aussitôt envie de le tester et là quelle surprise, **il me suggère une liste d'articles similaires**. Très malin !

Un bon point également pour Outy-Shop qui **lit dans mes pensées en me proposant le produit avant même que j'ai terminé de saisir son nom** !

The screenshot shows the Jardin Express website interface. At the top, there's a contact number (03 22 85 77 44) and navigation links. Below is a search bar with filters for 'Exposition', 'Couleur', and 'Utilisation'. A family selection bar (A-Z) is present. The main content area features several product cards for plants like 'Impatiens F1 Expo Mélange' (9,90€), 'Gazania F1 Big Kiss White Flam...', 'SunPatiens® Spreading Coro...' (12,90€), 'Tomate F1 Cerise Sweet N'eat...' (8,90€), 'Lantana Le Cid' (6,50€), 'Impatiens double Misisca® Red E...' (9,90€), 'Bégonia F1 Mascotte rouge écar...' (10,90€), and 'Engrais Minigran® Tomates' (4,50€). A search bar at the bottom left is highlighted with a red box.



## 3. Un manque de visibilité du moteur de recherche !

C'est le printemps et mon jardin est un véritable désastre ! Vite il faut remédier à cela. J'arrive donc sur JardinExpress avec une liste bien précise mais là quelle surprise ! Trouver le moteur de recherche c'est un peu comme chercher où est Charlie !

À l'égal de Pavlov, j'ai été conditionnée de par mon expérience de e-shoppeuse avertie à chercher le moteur de recherche en haut. J'applique donc cette règle mais je suis vite perdue. Je décide de scroller une fois puis deux... Je perds patience et mon envie d'acheter des fleurs va de pair...

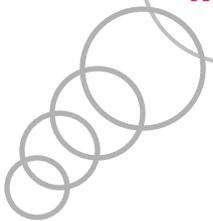
**Je tente une dernière exploration... ouf c'est bon, j'ai réussi à trouver où il se cachait ! Et vous ?**

Mon site de déco préféré fait une vente flash sur le fauteuil de mes rêves, ouf heureusement que j'ai reçu ce matin un mail pour me prévenir...

**Il était moins une pour que ça me passe sous le nez !**

En plus la journée s'annonce vraiment bien, je viens de recevoir des offres sur des chaussures de running... Je n'ai vraiment plus d'excuse pour ne pas aller courir. 😊

**Merci qui ? Merci les newsletters !**



**MADELEINE MARKET** Bonjour, identifiez-vous afin d'accéder à votre compte | Nouveau client ?  
Besoin d'aide ? Contactez notre service clientèle au 01 55 35 82 00 **Votre panier est vide** Mon compte

Accueil | Epicerie Fine | Vins & Spiritueux | Librairie | Utensiles | Cadeaux

Aide | Contactez-nous | Qui sommes-nous ? | Le paiement | La livraison

Rechercher Nos marques - Cuisine moléculaire Offres spéciales

Livraison offerte en point relais dès 60€ d'achat

**Bouillons Ariaké**  
Recettes de bouillons  
100% naturelles,  
élaborées par Joël Robuchon  
Cuisinez tous nos bouillons

Cuisine moléculaire  
Cuisine italienne  
Bouillons Ariaké  
Brunch  
Machines à café

**NEWSLETTER**  
Toujours au fait des tendances  
Entrez votre adresse email  
S'inscrire

Cuisine moléculaire

**+** 1 et 2. Présence et visibilité d'un encart dédié à la newsletter.

MadeleineMarket et Cote-Aperitif proposent **un encart d'inscription à la newsletter bien visible**. Chouette, je vais pouvoir recevoir sans effort des offres promotionnelles et peut-être même quelques conseils culinaires ! Rien de tel pour devenir un vrai cordon bleu.

Et en plus Cote-Aperitif **m'offre 5 euros** lors de mon inscription, vite vite je m'inscris !

Vente en ligne apéritifs, spiritueux, rhum, whisky, tequila, liqueur, vins de fruits, accessoires de bar, verres cocktail, verres whisky, cadeaux spiritueux.

**côté apéritif** | contact | mon compte | aide | 09.77.32.96.97 appel non surtaxé | mon panier 0 article dans mon panier

vous recherchez ? ex : vin de fraise ok

PARTAGER

**newsletter**  
Inscrivez-vous à la newsletter  
et gagnez un bon d'achat de 5 euros  
votre Email ? ok

# Facteur, vous auriez du courrier pour moi ?

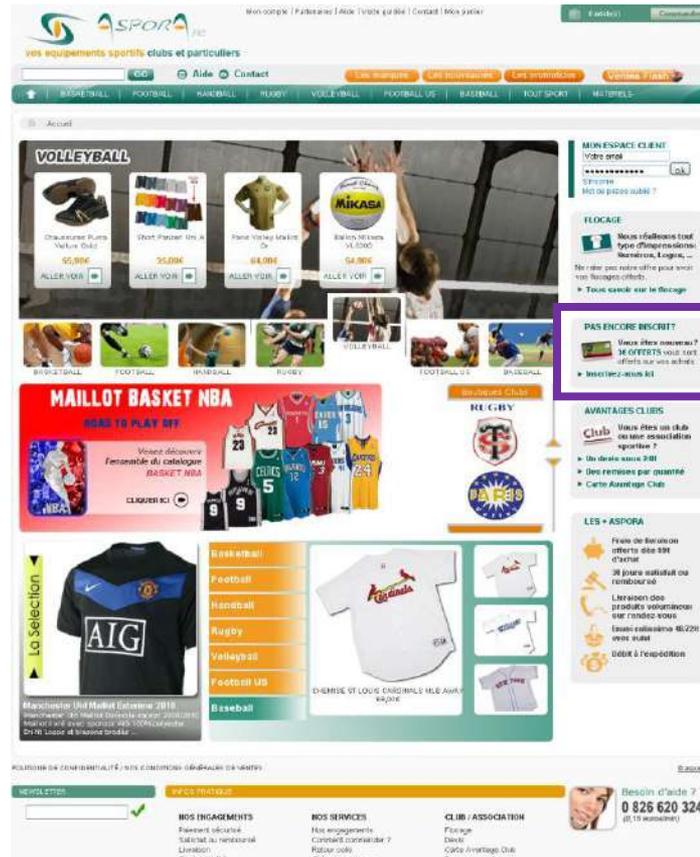
PERFORMANCE  
FONCTIONNELLE

**3 et 4. Un manque de visibilité de l'encart dédié à la newsletter.**

Décidemment, les sites aiment nous faire jouer à « où est Charlie » !  
Personne ne peut m'aider ?

**Aller, le premier qui trouve l'encart d'inscription à la newsletter a gagné !**

Mais attention je garderai quand même pour moi leurs offres promotionnelles !



# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

6 sites mis à nu

**Boostez votre performance...**

...commerciale

...fonctionnelle

**...navigationnelle**

...graphique

...technique

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

Témoignages d'e-marchands

# Quelle arborescence adopter pour être compris ?



- Vos catégories sont-elles compréhensibles ?
- Votre offre est-elle facile d'accès ?
- Votre vocabulaire est-il accessible ?

Notre Solution: **TRI DE CARTE**

Contactez-nous

Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)

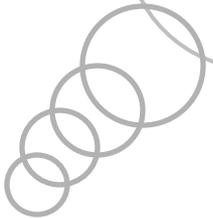
Rien de plus énervant que de devoir s'y reprendre à 3 fois pour réussir à cliquer sur un bouton. J'aime bien que ça aille vite, si quelque chose me plaît, je veux pouvoir y accéder tout de suite.

## **Un simple lien cliquable ne suffit pas...**

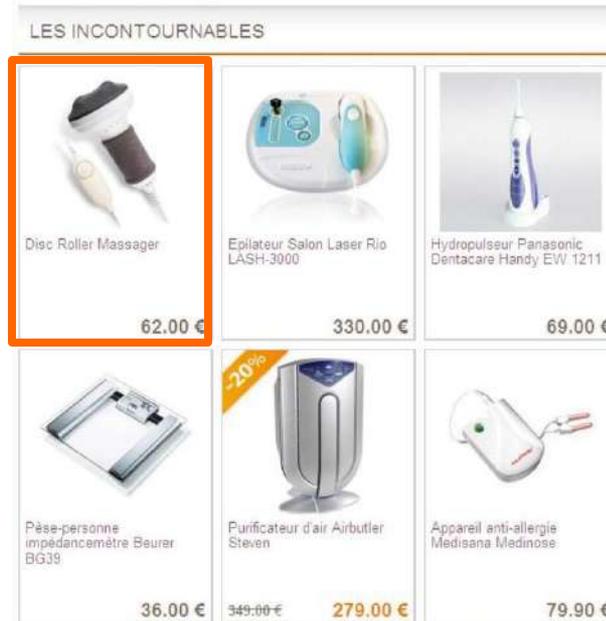
Rendre un bouton entièrement cliquable permet de garder vos internautes zen tout au long de leur visite sur votre site !

**Laissez un droit à l'erreur à vos visiteurs**, y compris à ceux qui ont des problèmes de vue ou qui sont simplement fatigués !

Comme beaucoup de gens, je ne suis pas une pro des fléchettes : sur le web, c'est pareil, je ne vise pas toujours dans le mille du premier coup 😊 Ne me mentez pas... vous non plus !



CÉLYATIS  
L'expert santé & bien-être



## + 1. Un cadre entièrement cliquable.

Voilà qui est agréable un cadre qui rassemble photo du produit, nom du produit et prix, et qui est **totalemment cliquable**. Pas besoin de s'y reprendre à deux fois. Un clic et me voilà sur la fiche produit en un rien de temps. À moi les petits masseurs !!

Panier



Votre panier est vide.

## 2. Une zone non cliquable qui peut induire en erreur.

Chez Eurodyl, **pas le droit à l'erreur** pour accéder à mon panier : un clic entre les deux éléments cliquables est un clic perdu.

Un bouton complètement cliquable éviterait un grand nombre d'erreurs de clic de la part des internautes.

PERFORMANCE  
NAVIGATIONNELLE

# Maison&Confort®

●●●● mobilier - décoration - art de vivre

### Canapé convertible Rapide MILADY



Le canapé convertible Rapide MILADY se transforme en un dinette en un lit confortable. Éléance et sobriété mécanique de qualité, il est fait pour un usage quotidien. Disponible en revêtement cuir, PVC ou tissu et en plusieurs coloris.

A partir de **949 €** au lieu de 1 279 €



Cheminée à suspendre en inox bio éthanol SAMOA

Seulement **299 €** au lieu de 409 €



Canapé d'angle 100% cuir CHARLESTON

Seulement **1 199 €** au lieu de 1 469 €

### Canapé Club cuir de basane DEVON



Une collection Club en cuir de mouton patiné et ciré à la main. Une forme devenue un classique, des cuirs sélectionnés pour un modèle intemporel. Disponible en 7 coloris.

Le canapé cuir 2 places **1 299 €** au lieu de 2 399 €



Fauteuil Cabriolet tissu OLERON

Seulement **179 €** au lieu de 279 €



Canapé Club 2 places cuir bycast INDIANAPOLIS

**449 €** au lieu de 599 €

## 3. Une zone cliquable bien trop petite.

Maison&Confort nous propose un cadre de présentation du produit. Dommage qu'il ne me permette pas d'accéder facilement à la fiche produit... car **seule la photo est cliquable !**

Quand je rentre dans un magasin, **j'aime que** chaque chose ait une place et que **d'un seul coup d'œil je sache où aller !** Je dois pouvoir voir chaque section du magasin.

Sur un site, c'est pareil ! J'arrive avec une envie, **comment vais-je pouvoir trouver mon bonheur si vous ne m'aidez pas ?**

Je ne suis pas si compliquée : un menu clair et visible, des rubriques pertinentes et bien placées, voilà quelques règles à respecter pour m'aider... et me séduire !





## + 1. Une navigation optimisée.

Maginéa nous propose un menu très agréable tout en couleurs. **Une couleur par domaine et des layers qui nous donnent une vue globale des catégories : j'a-dore !**

C'est ce que l'on appelle une navigation optimisée. À chaque thème son univers, voilà un endroit où je ne risque pas de me perdre !

## 2 et 3. Mais où dois-je aller?

The screenshot shows the SnowReef website. On the left, there is a vertical navigation menu with categories like 'Toutes les marques' and a list of brands including Adidas, Arnette, Banana Moon, etc. The main content area features a large banner for 'Compulsive' sunglasses, a 'Le top 5 des lunettes' list, and several promotional banners for 'Printemps 2010', 'économisez!', and 'la promo du mois'. At the bottom, there are logos for various brands like Gucci, Arnette, and Oakley, along with payment and shipping information.

SnowReef propose des rubriques afin d'accéder aux différents produits du site. Mais **ni l'emplacement, ni les couleurs ne me guident** en arrivant sur la page d'accueil je ne sais vraiment pas où je dois me diriger.

Le JardinDuPicVert propose quant à lui un menu mais **rien ne m'indique à quoi correspondent les boutons** : une forme différente mais des boutons éloignés, des items incohérents... je n'y comprends pas grand-chose.

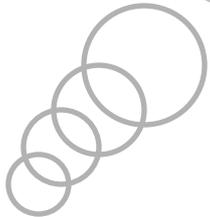
The screenshot shows the JardinDuPicVert website. It features a navigation menu with buttons for 'accueil', 'pépinière', 'boutique', 'kit & collection', and 'aide'. There is a search bar with a 'Recherche rapide' label and a 'recherche par critères' button. A login form is visible with fields for 'adresse email', 'mot de passe', and 'vider', along with a 'Me connecter à mon compte' button. The main content area includes a banner for 'jardindupicvert.com' and a message about a loyalty card: 'Une carte de fidélité associée à votre compte pour profiter de remises.' There are also buttons for 'ma sélection', 'mon panier', and 'créer mon compte'.

Quand je suis sur un site, **il est vital que je sache rapidement ce qui est cliquable ou non et où je peux agir.**

Je ne veux pas perdre de temps à comprendre son fonctionnement. Certains sites d'artistes essaient volontairement de me perdre en cassant tous les codes du web, mais vous ne devriez JAMAIS faire comme eux (sauf exception) .

Pour cela, **faites « parler » les éléments de votre site pour qu'ils expriment leur utilité aux internautes** : techniquement, on appelle cela l'affordance. En un coup d'œil, ils doivent par exemple savoir que tel lien ou tel bouton est cliquable (notamment grâce aux effets de survol : soulignement, mise en relief...).

Prêter attention aux affordances évite à vos internautes de manquer les éléments essentiels de votre site.





## Week-end à Amsterdam



Sunparks Zandvoort aan Zee: la meilleure solution pour un week-end à Amsterdam avec la famille.



## + 1. Un bouton qui incite au clic.

**Sunparks sait mettre l'accent sur les éléments avec lesquels on peut interagir.**

Le bouton « Plus d'info » incite tout de suite au clic. Un effet de relief, une couleur qui ressort... quelques éléments qui font comprendre à l'utilisateur où il peut aller.

Moi qui rêvais d'aller à Amsterdam, je n'attends pas une seconde pour en savoir plus.



Nos produits

Rayon Vert  
Papeterie, Correspondance  
Emballage, palettisation,  
expédition  
Ecriture, Correction  
Petites Fournitures de Bureau  
Classement, Archivage  
Présentation de Documents  
Bureautique & Business  
Machine  
Lampes Vidéoprojecteur  
Equipelement du Bureau  
Informatique & Téléphonie  
Imprimantes jet d'Encre  
Cartouche Jet d'Encre  
Cartouche Laser  
Monochrome  
Cartouche Laser Noir &  
Couleurs  
Petit Electroménager  
Pause, Détente  
Equipelement & Protection  
Individuelle  
Nettoyage & Entretien  
Maintenance des Locaux  
Bagagerie & Mobilité

## 2 et 3. Je peux cliquer ou non ?

FraisGeneraux et ChacunSonCafe ne nous donnent pas particulièrement envie de cliquer sur leur menu. Une simple liste de mots et **rien qui indique s'ils sont cliquables...**

Il est important en particulier pour des barres de navigation comme celles-ci d'inciter l'internaute à l'utiliser.

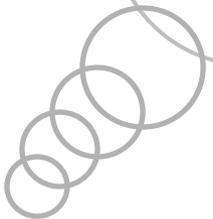


N'a-t-on jamais dit que la langue française était la plus jolie langue ?  
En tous cas c'est ce que je pense ! C'est peut-être mon côté chauvin qui ressort...

Alors **si on commence à me parler en anglais sur un site français, moi je dis NON !** D'abord mon niveau d'anglais se résume à « Where is Brian? Brian is in the kitchen » mais en plus cela augmente ma charge de travail.

Si vous souhaitez proposer une version anglaise, faites-le, mais évitez les mélanges, par pitié !

Et je ne parle même pas des fautes d'orthographe !! (imaginez le pire : des fautes en anglais !)



# Parlez-moi dans la langue de Molière !



Torenia Punky Violet Moon®

9,90 €  
les 6 plants

Némésie Anona® Blanc

9,90 €  
les 6 plants

Coreopsis Limerock Ruby

9,50 €  
les 6 plants

Voir toute la collection Printemps 2010  
Voir toutes les nouveautés

Engrais Minigran® Massif

4,50 €

Lobularia Snow Princess®

11,90 €  
les 6 plants

Heuchera et Heucherella en Col...

17,00 €



PERFORMANCE  
NAVIGATIONNELLE

Last minutes  
vacances de printemps  
à partir de

€179

 **Tourist Guide**

 Culture

- > Découvrez l'œuvre du génial Vincent Van Gogh Une visite d'Amsterdam ne serait pas complète sans une visite du musée Van Gogh.
- > Les yeux dans les yeux avec les musiciens de la ville de Brême Brême est une superbe ville culturelle, la destination idéale pour un mini-citytrip à partir du Sunparks Nordseeküste. N'oubliez surtout pas...

## 1 et 2. Do you speak French?



Sur JardinExpress et Sunparks il vaut mieux être bilingue (voire polyglotte!). Moi qui ne suis déjà pas une main verte si en plus on me propose des noms de plantes en latin, je suis perdue ! Il en est de même pour Sunparks qui insère discrètement quelques expressions anglaises !

**Ça vous dit de jouer à un petit jeu ? Imaginez une ville dont les panneaux routiers sont tous différents.**

Chaque panneau a une taille différente, une couleur particulière, des intitulés divers écrits dans une multitude de typographies. Par-dessus tout, ces panneaux ne sont jamais placés au même endroit sur le bord des routes.

Vous arrivez à visualiser ? Ça serait terriblement difficile pour un automobiliste de se déplacer dans cette ville, vous ne croyez pas ? Même pour un habitué...

Imaginez maintenant que cette ville est en fait un site, votre site. Et que les panneaux sont en fait vos boutons, vos menus, en somme tout ce qui compose vos éléments de navigation.

**Vous comprenez maintenant l'importance de simplifier la vie de vos utilisateurs en leur offrant une navigation fluide avec des codes cohérents ?**

Vente en ligne apéritifs, spiritueux, rhum, whisky, tequila, liqueur, vins de fruits, accessoires de bar, verres cocktail, verres whisky, sodas aux cp

09.77.32.96.97  
appel non surtaxé

vous recherchez ?

**côte apéritif**

- côte cocktail
- côte dégustation
- Nouveautés
- Printemps

Tout pour l'apéritif !

- > Boissons
- > Epicerie fine
- > Accessoires
- > Jeux...

Original ou traditionnel, retrouvez tout ce qu'il faut pour l'apéritif : vins de fruits, porto, xérès, ouzo, whisky, crèmes et liqueurs de fruits, vins et champagne, sodas, jus de fruits, épicerie fine, jeux apéro...

côte apéritif	côte cocktail	côte dégustation
<p>Ginger Beer - Fever Tree</p> <p>Un soft drink explosif !</p> <p>1.95 €</p> <p>ajouter</p>	<p>Liqueur Chambord</p> <p>Une liqueur de framboises et de mûres exceptionnelle</p> <p>27.50 €</p> <p>ajouter</p>	<p>Whisky Balblair 1997</p> <p>Un whisky aux notes d'agrumes, vanille, épices</p> <p>48.50 €</p> <p>ajouter</p>

**+** 1. Un regroupement d'items par couleur qui guide le regard.

Cote-Aperitif guide mon regard en regroupant les catégories identiques par **un code couleur et des intitulés cohérents.**

Mes yeux sont aussitôt guidés !



2 et 3. Un regroupement d'items peu cohérent.

RugbyCenter propose un rappel de la barre de navigation dans le menu de droite mais différencie les items avec deux couleurs différentes... C'est plutôt perturbant !

Kwebox propose une double barre de navigation qui induit en erreur. Deux liens portant le même nom, « Papeterie », mais renvoient pourtant à deux pages différentes, alors que « Mobilier » et « Fournitures de bureau » renvoient à la même page. Pas très clair tout ça !



Espace membres :

Votre email

Mon compte

Pas encore inscrit ? Cliquez ici

FOURNITURES DE BUREAU

FOURNITURES SCOLAIRES

MOBILIER DE BUREAU

PAPETERIE

Papeterie

Ecrire & corriger

Classement

Equipement de bureau

Mobilier

Informatique

Bureautique

Beaux-arts

Espace Jouets

Produits Ecolo **NEW**

C'est bien connu : trop d'informations tue l'information!

Alors quand j'arrive sur un site et que je me sens agressée visuellement car mes yeux sont sollicités de tout côté, j'ai plutôt envie d'aller voir ailleurs !

Je ne suis pourtant pas très difficile, j'aime les choses simples : **des informations pertinentes, hiérarchisées et présentées au bon moment !**

Ah, et puis on vous l'a peut-être déjà dit, mais je vous le redis : **sur le web, faites court et allez à l'essentiel !** Pas de blabla, pas de chichi, chaque mot doit être utile.

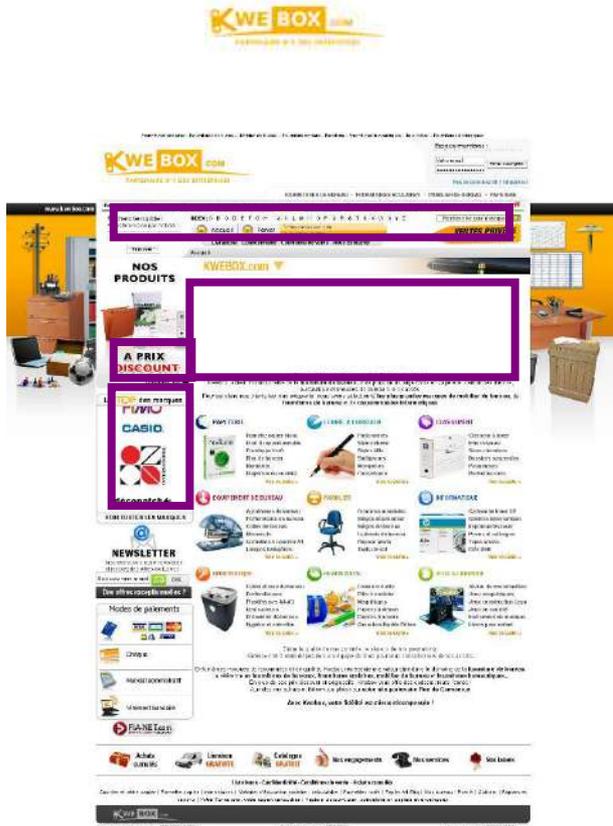
Ça peut également paraître évident, mais évitez les messages qui clignotent et les textes qui défilent !! Pensez également aux personnes épileptiques...

Avec tous ces conseils, allez-vous réussir à me séduire ?

## + 1. Un nombre d'informations limité.

Celyatis nous propose une page d'accueil qui respire !  
**Le nombre d'information présenté est limité,**  
rien ne nous agresse visuellement.

Nos yeux savent où regarder et ne sont pas pris  
d'assaut par une multitude d'informations.



2 et 3. Un trop grand nombre d'informations.

Kwebox.com et fraisgeneraux.com présentent une **page d'accueil chargée d'informations** non hiérarchisées ainsi que différentes animations qui alourdissent la page.

Je ne sais pas où poser mon regard, et cela augmente considérablement ma charge de travail...

Je vous ai déjà dit que la plupart du temps je surfe sur internet en rentrant du boulot non ? Alors quand je suis ultra crevée, soyez sympas, **facilitez-moi la tâche !**

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

6 sites mis à nu

## **Boostez votre performance...**

...commerciale

...fonctionnelle

...navigationnelle

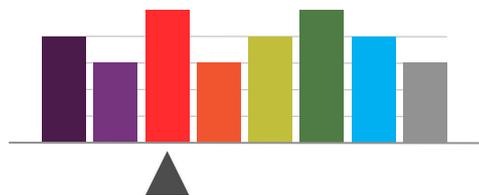
**...graphique**

...technique

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

Témoignages d'e-marchands

# Mieux comprendre les PARCOURS de vos e-shoppers ?



- Quelles sont les pages où vous perdez des ventes ?
- D'où proviennent les visiteurs qui ajoutent au panier ?
- Quels sont les segments de visiteurs les plus rentables ?

Notre solution : **AUDIT et Recos webanalytics**

(Livré sous 2 semaines)



Contactez-nous

Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)



Soyons honnêtes : dans l'acte d'achat l'ambiance graphique d'un site est importante. Rappelez-vous qu'**on n'a pas l'occasion de faire deux fois une bonne première impression.** 😊

Quand j'entre dans un magasin, l'aspect du lieu a une importance particulière. Si je m'y sens bien, je vais faire plus attention aux produits. Si au contraire, on me balance 10000 watts de lumière en pleine face et un son qui me donne des migraines, je ne vais pas hésiter à fuir !

**Cela ne veut pas dire qu'un site internet doit être « beau »**

(ce qui est d'ailleurs profondément subjectif), mais il doit être à la fois bien structuré et refléter une image correspondant à l'entreprise et aux produits vendus.

En clair, **il doit donner envie d'acheter !**

myunik  
le spécialiste du Sac vintage  
Une collection unique sur le web

Maillot football   Polo Rugby   Sac Vintage   T-shirt

La sélection de Maillot Football Vintage

Offres un chèque cadeau  
Pour être sûr de faire plaisir !  
En profiter !

La sélection de sac vintage & bandoulière

Ventes Privées  
Ouverture prochaine...

Myunik le spécialiste de maillot vintage et de l'art collector :  
Spécialiste du maillot collector, Myunik assure la vente de maillot foot vintage, sac vintage ainsi que de maillot rugby collector. Retrouvez dans notre boutique de maillot de foot vintage, un vaste choix de polo rugby, maillot retro ou de sacs voyage vintage. Nous vous proposons également une gamme de veste vintage associant originalité et confort maximum.

Les garanties myunik

- Satisfait ou remboursé
- Suivi commande en temps réel
- Paiement sécurisé
- Ventes privées
- Livraison rapide
- Transparence et sérénité

myunik

Nos engagements :  
Satisfait ou remboursé  
Suivi commande  
Effectuer un retour  
Mode de paiement  
Livraison  
Disponibilité produit  
Remboursement

Nos services :  
Mentions légales  
Conditions générales

©2009 - Myunik

## + 1. Une ambiance graphique soignée.

Sur MyUnik, l'ambiance vintage est visuellement bien retranscrite. **Un design bien léché, c'est toujours agréable.**

Ça me donne vraiment envie d'acheter un super sac pour frimer sur mon Vespa, ou bien un maillot vintage pour laisser parler la nostalgie.

**CÉLYATIS**  
L'expert santé & bien-être

DÉCOUVREZ tous les soins du corps

Paris (0) 820 825 804

Santé | Forme | Bien-être | Confort | Autonomie | Services | Nouveautés | **Bonnes affaires**

Appareil anti-allergie Medirose Plus Medisana 79,90 €

Du bien-être au quotidien...

LES INCONTOURNABLES | NOUVEAUTÉS

Hydrofrotteur Parasonic Dentaire Handy EW 1211 69,90 €	Appareil anti-allergie Medisana Medirose 79,90 €	Purificateur d'air Aurore Stévia 349,90 € → 279,90 €	Tapis de bain baignoireur silencieux Medisana 169,55 €
Siège ergonomique et bas Jasin 129,90 € → 89,90 €	Épilateur Solaire Laser Rio L'Oréal Paris 330,00 €	Disc Roller Massager 62,00 €	Ceinture minceur Slimless 19,50 €
Passo-personne motorisé caméra Beurer BC20 36,00 €	Téléphone à grosses touches Doro NextPlus 3130 58,90 €	Appareil de localisation Doro MemoryPlus 335 89,90 € → 59,90 €	Masseur molette Beurer TM 130 245,00 €

LES 5 raisons d'acheter chez CÉLYATIS:

- Une Équipe d'Experts pour vous conseiller dans vos achats
- La Livraison à votre domicile au gré de vos magasins
- Le 3 fois sans frais des 90€
- Un SAV personnalisé partout en France
- Satisfait ou pas remboursé

Qui sommes-nous ? | Conditions générales de vente | Mentions légales | Paiement sécurisé | SAV | Nos Magasins

Tous paiements en TTC

HSBC | ogone | CIBANQUE | VISA | MASTERCARD | CHRONPOST

Copyright © Celyatis.com 2005-2011

## + 2. Un site où l'on se sent bien.

Célyatis, qui propose des produits santé et bien-être, réussit à séduire ses visiteurs dès la page d'accueil : épurée, colorée, structurée...

**Cette page met en confiance et on s'y sent bien !** Avant même d'acheter, je me sens déjà détendue. 😊

The screenshot shows the Livrenpoche.com website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Accueil', 'Genres', 'Promos', etc. Below this is a search bar and a 'panier vide' button. The main content area is divided into several sections: 'Nos rubriques' (left sidebar), 'Bienvenue chez Livrenpoche.com' (central banner for 'VOS ROMANS A PARTIR DE 1€'), 'La grande librairie' (right sidebar), 'Première visite?' (left sidebar), 'Notre sélection de livres' (central section), 'L'auteur du jour' (right sidebar), 'Pourquoi nous choisir?' (left sidebar), 'Le bulletin d'infos' (left sidebar), 'Bons plans' (left sidebar), and 'Sortie cinéma' (left sidebar). The layout is dense with text and small images, making it difficult to focus on any single element.

PERFORMANCE  
GRAPHIQUE

## 3. Une première impression floue.

Sur LivreEnPoche, **la première impression n'est pas très agréable...** On ne sait pas bien ce que propose ce site, ni s'il s'agit d'un site de e-commerce.

Où sont les livres ? Les visuels, peu nombreux, sont trop petits. E-commerçants, **n'hésitez pas à montrer davantage vos produits, vos internautes vous seront reconnaissants.**

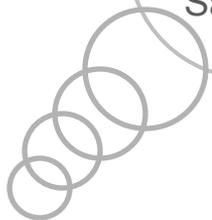
De plus, il n'y a pas de réelle hiérarchie visuelle des informations. Les titres d'encart – en bleu – sont par exemple très visibles, au détriment du contenu central qui est moins visible.

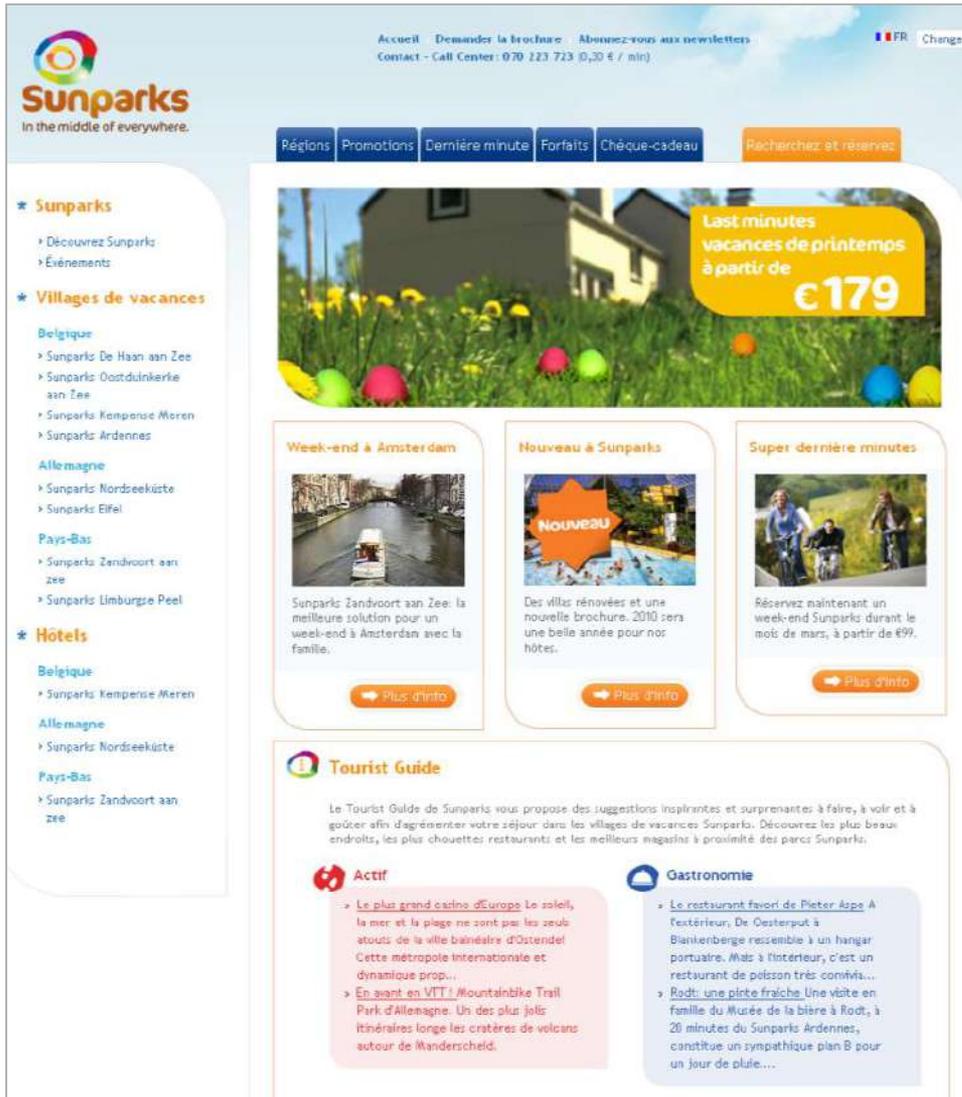
Mon grand-père était imprimeur, et s'il voyait ce qui est fait sur le web il s'étranglerait certainement. D'accord, d'accord, pour le moment il est impossible de faire autant de choses que sur papier, vos graphistes ou webmasters ont dû vous l'expliquer (sinon, changez-en 😊).

Mais tout de même, **il y a certaines règles in-dis-pen-sables : des tailles raisonnables, des couleurs non agressives, un espacement correct...** Pourquoi certains sites écrivent en taille 10px, blanc sur fond jaune ?!

Pensez également à tous les gens qui souffrent de déficience de perception des couleurs (daltonisme et autres) : ce sont près de 10% des hommes !

Sans parler de tous les gens qui ont des problèmes de vue...





## + 1. Des textes faciles à lire.

Exceptés les noms germaniques que j'ai du mal à lire (mes langues vivantes au collège/lycée étaient anglais, espagnol et italien...), les textes sont très lisibles sur Sunparks.

**Les couleurs et contrastes sont corrects, et les espacement permettent d'aérer les lignes :** pas besoin de déchiffrer les textes car ils sont facilement lisibles ! 😊

## 2 et 3. Des textes pas ou peu lisibles.

The screenshot shows the Voussert website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Hygiène', 'Maison', 'Jardin', and 'Piscine'. Below this is a search bar and a menu with icons for 'Société', 'Evénement', 'Nos services', 'FAQ', 'Trucs et astuces', and 'Café'. A sidebar on the left contains 'NOS AGENCES', 'ACCÈS PAR MARQUE' (listing brands like 3M, ACCUEIL, ACTEMIA, etc.), 'Promotions', 'Devis Express', and 'Nous contacter'. The main content area features a large advertisement for 'Distributeur savon desinfectant main SANS CONTACT' priced at '62 € HT'. Below the ad, there's a section for 'J'équipe ma maison' and a navigation bar with categories like 'Accueil', 'ELECTROMENAGER', 'PETIT MENAGER', 'TV VIDEO PHOTO', and 'SON'. The product listing shows 'MAGNET LAVE VAISSELLE' with a price of '49.9 €' and an 'Ajouter au panier' button.

Sur Voussert et J'équipe ma maison, **certaines textes sont purement illisibles** : blanc sur jaune ou rouge sur vert au survol ...

Sachez aussi que **les majuscules se lisent beaucoup moins vite que les minuscules.**

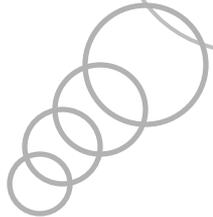
Les majuscules peuvent être utilisées, mais avec parcimonie. Dans ce cas, **pensez bien à les accentuer.** Comme indiquent souvent les manuels de typo : LE PALAIS DES CONGRES n'est pas LE PALAIS DES CONGRÈS.

Je vous livre un autre conseil de mon grand-père imprimeur : mieux vaut éviter de mélanger trop de polices de caractères ! Sinon, ça devient vite le bazar, et ça donne le tournis... **Contentez-vous de 2 voire 3 typos maximum.**

Autre conseil de mon papy : évitez de mélanger des polices avec empattement, appelées « serif » (comme Times New Roman) et des polices sans empattement appelées « sans serif » (comme Arial ou Verdana).

Sur le web, évitez également les polices serif pour du texte car elles sont plus difficiles à lire sur écran.

Quoiqu'il en soit, **faites des choix simples et restez cohérents !**



## Eurodyl

The screenshot shows a login form on the right with fields for 'Adresse email:' and 'Mot de passe:', a 'Mot de passe oublié ?' link, and a 'Créer un compte.' link. A 'S'identifier' button is also present. Below the form, a yellow oval highlights the text 'En ce moment chez Eurodyl :'. To the left, a purple oval highlights an advertisement for 'HP DesignJet T610' with the text 'Louez votre traceur pour seulement 46,88 €ht/mois' and 'Contactez-nous pour plus de précisions 0 890 805 500 (0,15€ttc la minute)'. Below the advertisement, a 'Destructeur de document IDEAL 2270' is shown with a price of '300.00€HT'.

### Le Catalogue Eurodyl

 <p>Supports papier</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Jet d'encre :</li><li>- Rouleau / Format</li><li>- Laser :</li><li>- Rouleau / Format</li><li>- Calque/Polyester</li><li>- Supports diazo</li></ul>	 <p>Cartouches / Toners / Rubans</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les cartouches</li><li>- Les toners</li><li>- Rubans matriciels</li></ul>	 <p>Matériel d'impression</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Traceurs techniques</li><li>- Traceurs graphiques</li><li>- Multifonctions</li><li>- Mobilier / Matériel</li><li>- Liste complète</li></ul>	 <p>Informatique</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Périphériques</li><li>- Supports de données</li><li>- Nettoyage</li></ul>
--	---	--	---

## 1. Ça manque de cohérence...

Sur Eurodyl, quelques textes sont en serif (entourés en violet) alors que tout le reste est en sans-serif. **Ce mélange de différentes polices n'est pas très cohérent ni très esthétique...**

Quand je vais dans une boutique pour acheter un produit, je fais appel à mes 5 sens (6 si on compte l'intuition !). **Sur internet, seule la vue est disponible, et quelque fois l'ouïe.**

**Mais impossible :**

- **de toucher un produit** : cette matière, elle est agréable au toucher ?
- **de sentir un produit** : il a quel odeur ce livre ? Et ce cuir ? Et cette crème ?
- **de goûter un produit** : il est agréable en bouche ce vin ? Elle est bien assaisonnée cette sauce ? Et ce fromage il est bien affiné ?
- **d'entendre un produit** (excepté les quelques sons qu'on me propose parfois) : toc-toc, il est solide ce meuble ?

Une seule solution s'offre à vous : **soignez les visuels et les couleurs pour qu'ils aident à la navigation.** Essayez également de remplacer le toucher, l'odorat, le goût et l'ouïe par des visuels de qualité et de grande taille.

The screenshot shows the Côte Apéritif website. At the top left is the logo with three bottles (yellow, green, red) and the text 'côté apéritif'. To the right are navigation links: 'contact', 'mon compte', 'aide', and a phone icon with the number '09.77.32.96.97' and 'appel non surtaxé'. A 'mon panier' link is also visible. Below the navigation is a search bar with the text 'vous recherchez ?' and an example 'ex : vin de fraise' and an 'ok' button. The main content area features a large hero image of cocktails with fresh mint and lemons. On the left side of the hero image is a vertical navigation menu with four items: 'côté apéritif' (white background), 'côté cocktail' (yellow background), 'côté dégustation' (white background), 'Nouveautés' (white background), and 'Printemps' (white background). On the right side of the hero image, the text 'Tout pour le cocktail...' is followed by a list of links: '> Ingrédients cocktail', '> Accessoires de bar', and '> Verres cocktail'. At the bottom of the hero image, there is a dark grey banner with white text: 'Devenez un as du cocktail et retrouvez le meilleur des ingrédients et accessoires pour le cocktail : vodka, rhum, tequila, liqueurs, sirops, angostura bitters, crème coco, sodas, shaker boston, doseur alcool, pilon, ...'



## 1. Mmmmmm

**Côté apéritif a vraiment compris l'importance des visuels :** avec de telles photos je m'imagine tout de suite au bord d'une plage en train de siroter un mojito, ou dans le jardin avec des amis à l'heure de l'apéro.

## 2. Des couleurs agréables qui guident le regard.

Best of robots réussit très bien à **guider le regard des internautes grâce aux couleurs.**

**Les visuels n'ont pas été négligés** : une mascotte bien visible, des pictogrammes qui soulignent les engagements et les services ainsi que des visuels d'assez bonne qualité.

The screenshot shows the homepage of 'best of ROBOTS'. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Robots de Maison', 'Robots de Jardin', etc. A search bar is on the right. Below the navigation, there's a hero section featuring a green call-to-action button that says 'Confiez-lui votre pelouse et profitez de vos week-ends ! >>>'. To the left of the hero section, there's a sidebar with 'UNE QUESTION ?' and 'Nos Engagements'. Below the hero section, there are two columns of product cards under 'Nouveaux robots' and 'Top des robots'. Each card includes a product image, name, description, and price. A red circle with a white plus sign is overlaid on the hero section's call-to-action button.

## 3. Des images bien trop petites.

Certains sites veulent montrer beaucoup de produits sur leur page d'accueil : ce n'est pas un problème, à condition d'**éviter les images de la taille d'un timbre-poste.**

En dehors de son animation principale, Artéus (c'est loin d'être le seul) affiche des images de petite taille : ça ne donne pas envie et on ne sait pas à quoi ça correspond.

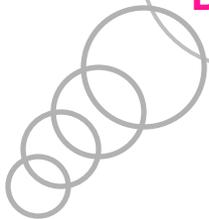
C'est dommage, car de nombreuses études ont prouvé que **la taille des visuels a un impact significatif sur les taux de conversion...**

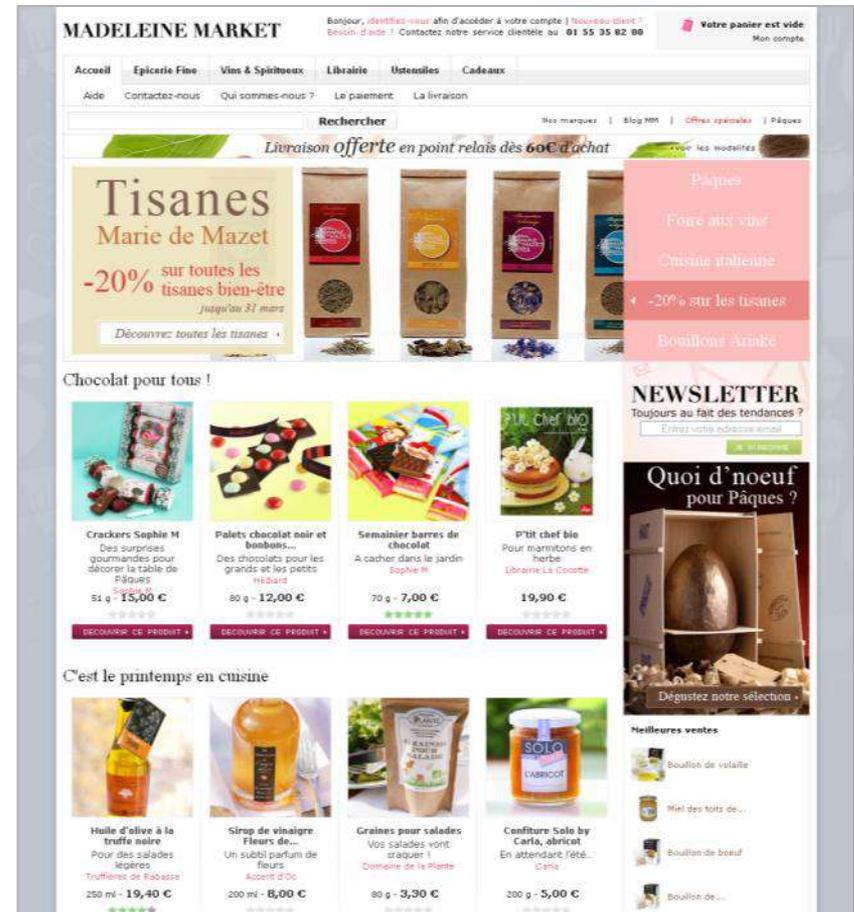
The screenshot shows the Artéus website homepage. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Accueil', 'Arts de la table', 'Cuisine', etc. Below that is a search bar and contact information. The main content area features a large promotional banner for a pergola with a 30% discount, priced at 314,93 €. To the right of the banner are several small, vertically stacked promotional images for other products like bar stools, coffee filters, and a sunbather. Below the banner is a grid of product thumbnails under the heading 'S La sélection' and 'T Vos Tops Déco'. Each thumbnail shows a product with its name and price. On the right side, there's a sidebar with 'Vos Services' and 'le Club arteus.fr' section, followed by a 'Vos Promotions' section at the bottom with more small product thumbnails.

En rentrant du boulot je suis complètement crevée. Généralement, la deuxième chose que je fais est d'allumer mon ordi (la première est de me préparer un petit thé japonais).

Je vais vous le dire sincèrement : quand je surfe, c'est pour me relaxer. **Un site trop chargé, où il n'y a pas assez de vide, je trouve ça oppressant.** Mes yeux ne savent même pas où regarder !! Dès qu'un site ne me laisse pas respirer, je m'en vais, vous pouvez en être sûrs.

**De l'espaaaaaaaace, je veux de l'espaaaaaaaace 😊**





## 1 et 2. Ah, on respire !

Jardinerie Pasero et Madeleine Market ont bien compris **l'intérêt des espaces blancs** : ils permettent d'aérer les éléments, de structurer les pages et de mettre en avant ce qui est important.

The screenshot shows the Jardin Express website interface. At the top, there's a navigation bar with search filters for 'Exposition', 'Couleur', and 'Utilisation'. Below this is a family selection bar with letters A-Z. The main content area is filled with product cards for various plants like 'Begonia Fragrance® Elfie' (priced at 19,90€) and 'Antirrinca® Yellow Maroon' (priced at 9,90€). There are also promotional banners for a 'catalogue Printemps 2010' and sections for 'Cadeaux et Avantage "Fidélité"', 'Comment faire mon choix?', and 'Première visite sur notre site?'. The layout is very crowded with little white space between the elements.

## 3. Des espaces blancs sous-exploités.

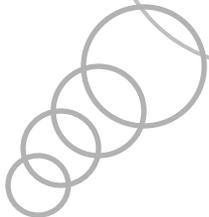
Jardin Express n'a pas laissé assez d'espaces vides sur son site internet : **les éléments sont visuellement peu distincts.** Les blocs sont trop rapprochés et pas assez délimités par du vide.

J'ai l'impression d'étouffer, viiite de l'air ! 😊

De nombreuses études, notamment l'étude Eye Tracking publiée par Altics ([E-pub et presse : ce que regardent vraiment les lecteurs](#), octobre 2009), ont démontré que **les internautes ont une capacité d'abstraction fantastique vis-à-vis de ce qui ressemble de près ou de loin à de la publicité.**

Je vous assure, quand je surfe, les bannières qui clignotent, je les évite : je ne cherche même pas à savoir ce que c'est. Pourtant, je suis sûre d'être passée à côté de nombreux avantages, mais je n'y peux rien, mes yeux ne voient pas la publicité.

Par conséquent, faites bien attention : **vos publicités internes**, pour un produit ou un service, **ne doivent pas ressembler à de la publicité**, sans quoi elles auraient un effet nul.



The screenshot shows the IdemaHome website interface. At the top, there are navigation links for 'Accueil', 'Nouveautés', 'Promotions', 'Mon compte', and 'Contacter nous'. A search bar is prominently displayed. Below the search bar, there are several promotional banners and product listings. On the left, there is a vertical menu with categories like 'AIR CHAUD ET FROID', 'APPAREILS DE CUISISON', 'ASPIRATEUR', etc. The main content area features 'MEILLEURES VENTES' with products like 'Aspirateur Kenia 1c 88 L', 'Machine à coudre Singer 229 L', and 'Alarme piscine'. There are also 'NOUVEAUTÉS ?' and 'NOS GARANTIES' sections. A large 'PROMO DE LA SEMAINE' banner for a 'PRESSE A REPASSER SINGER' is visible on the right side of the page.

The screenshot shows the MacWay website interface. At the top, there is a 'Service Clients' contact box and a 'Votre Panier' showing 8 articles. A search bar is located on the right. The main content area is dominated by a large banner for '4 OFFRES INOUÏES À SAISIR AVANT CE SOIR !'. Below this, there is a 'PORT OFFERT' banner. The left sidebar lists various product categories like 'Mémoire (RAM)', 'Stockage', and 'Accessoires iPhone'. The right sidebar shows 'Nos atouts' (Livraison 24/48h, Points de vente/retrait) and 'Nos magasins' with locations in Paris 9ème and Strasbourg. A 'En vedette' section at the bottom highlights specific products like the Samsung Spingoint F1 SATA and the Storeva Xslim Noir 500 Go.

## 1 et 2. Pub ou pas pub ?!

Sur IdemaHome, la colonne de droite met en avant des produits du site, pourtant **j'ai bien cru que c'était une bannière de publicité externe !**

Sur MacWay, le doute persiste : **est-ce que toutes ces « bannières » sont des publicités ?!** Ça y ressemble tellement !

# Découvrez ce qui est réellement vu sur votre site !

## -Nos 3 formules Eye Tracking

Carte de chaleur

Carte d'occultation

CE QUE VOIENT VOS INTERNAUTES

The image shows a screenshot of the POC GOM website. On the left, a 'Carte de chaleur' (heat map) is overlaid on the website content, with four pink circles highlighting specific areas of high user attention: the top navigation bar, the main banner area, the tire brand logos, and a '3x Sans Frais' offer. On the right, a 'Carte d'occultation' (occultation map) shows the same website content but with a dark, blurred background, where pink circles indicate the same areas of high attention. Above the website screenshot, two pairs of eyes are shown with red dotted lines pointing to the heat map and the occultation map respectively. At the top right, a computer monitor displays a colorful image. Below the screenshot, a grey banner contains the text 'CE QUE VOIENT VOS INTERNAUTES'.

**AUGMENTEZ  
VOS VENTES !**

- 12 utilisateurs recrutés par nos soins
- Tests dans nos laboratoires
- Enregistrement des parcours visuels et de leurs impressions
- Analyse des résultats
- 5 points-clés pour vendre plus

Prix spécial TPE

**PAGE  
D'ACCUEIL**

Seulement **495 € HT**

Prix spécial TPE

**TUNNEL D'ACHAT**  
de la page produit au paiement

Seulement **995 € HT**

Prix spécial TPE

**TOUT LE SITE**

Seulement **1490 € HT**

**Inscrivez-vous  
sur Altics.fr**

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

Performance comparée de 6 sites

**Boostez votre performance...**

...commerciale

...fonctionnelle

...navigationnelle

...graphique

**...technique**

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

Témoignages d'e-marchands

Découvrez ce qui est  
réellement VU !



- Comment vos internautes parcourent votre site ?
- Quelles sont les zones qui retiennent l'attention ?
- Quels sont les grains de sable ?

Notre solution : **Tests en labo EYE TRACKING**

(Livré sous 3 semaines)



Contactez-nous

Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)

**celio\***  
EXPERTISSIM

Il est important de **fournir des alternatives textuelles aux images** de votre site internet car :

- elles permettent à vos visiteurs handicapés, non voyants ou mal voyants, de naviguer sur votre site ;
- elles sont utiles aux robots des moteurs de recherche qui ne « voient » pas vos images mais savent « lire » sans problème ;
- certaines personnes désactivent les images ou utilisent des navigateurs textuels ;
- elles rendent le site utilisable même si une ou plusieurs images ne se chargent pas (ce qui arrive assez souvent).

**Vous voyez, ça vaut le coup de s'y intéresser... 😊**



## NOTRE SELECTION

 **Mon Seul Amour -** (Réf. florale 173, Mon Seul Amour) Bouquet rond composé de tulipes blanches ou roses blanches ou autre fleur blanche (associé à la pureté, l'innocence et la bonté, le blanc est la couleur de la

**Mon Seul Amour** [Zoom](#)  
[associations caritatives](#)  
A partir de **30,00 €** [Détail](#)  
[Commander](#)

 **Anto le Fleuriste -** (réf. florale 122 An'to le Fleuriste) Bouquet rond dans les tons jaunes avec une pointe de blanc, composé de freesia jaune, de roses jaunes, solidago, rondelle de citron, margots blancs, beergrass

**Anto le Fleuriste** [Zoom](#)  
[associations caritatives](#)  
A partir de **30,00 €** [Détail](#)  
[Commander](#)

 **Mystère de Roses -** (réf. florale 135, Mystère de roses) Bouquet linéaire dans les tons rouges et blanc composé de lys blancs (ou lys multibranches selon disponibilité), 3 roses rouges et feuille de kentia le tout uni par un lien

**Mystère de Roses** [Zoom](#)  
[associations caritatives](#)  
A partir de **28,00 €** [Détail](#)  
[Commander](#)

 **Carnaval de fleurs -** (réf. florale 110, carnaval) Bouquet rond coloré composé de gerberas oranges, alstros, lys rouges, roses rouges, santinis et feuillage. La confection florale et la livraison de fleurs s'effectueront par un

**Carnaval de fleurs** [Zoom](#)  
[associations caritatives](#)  
A partir de **29,00 €** [Détail](#)  
[Commander](#)

 **Découvrez les bouquets gourmands !**

[Zoom](#)  
[Découvrez les bouquets gourmands !](#)

 **Majestic en Fleurs -** (réf florale 105, Majestic). Bouquet rond composé de fleurettes, freesia jaune, roses thé, roses jaunes et oranges, oeillets de poète, renoncule orange (selon saison) et feuillage. La confection

**Majestic en Fleurs** [Zoom](#)  
[associations caritatives](#)  
A partir de **30,00 €** [Détail](#)  
[Commander](#)

## 1. Mauvaise utilisation ou triche...

EntreFleuristes n'a pas bien compris l'utilité des balises ALT... ou a décidé de les détourner pour tromper les moteurs de recherche.

Je préfère penser qu'il s'agit du 1<sup>er</sup> cas de figure. 😊

**Vous imaginez un lecteur d'écran (vocal ou braille) qui parcourt une telle page ?...**

Images désactivées avec l'extension WebDeveloper de Firefox.

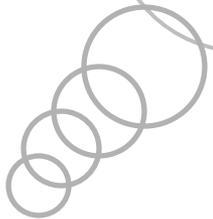
Ah, les titres de sections ! Que de débats, que de malentendus !

**Les balises Hn (<h1>, <h2>, <h3>, <h4>, <h5> et <h6>) servent à structurer une page web.** On parle de balises sémantiques car elles servent à définir le sens d'une portion de texte.

Les titres servent à la fois :

- aux handicapés utilisant un lecteur d'écran,
- aux robots des moteurs de recherche,
- à vous aider à bien structurer et organiser vos pages.

Les titres doivent être utilisés selon leur importance sémantique et non selon leur aspect visuel par défaut ; ce dernier peut être modifié via les feuilles de styles CSS.





```
<h1> [Titre manquant]
<h2> Mon panier
<h2> Mon compte
<h1> [Titre vide]
<h1> Maginea.com
<h2> En ce moment sur Maginée
<h2> Publicité
<h2> Nos avantages
<h2> [Titre vide]
<h3> Disponible
<h2> [Titre vide]
<h3> Disponible en envoi immédiat
<h2> [Titre vide]
<h3> Disponible
<h2> [Titre vide]
<h3> Disponible en envoi immédiat
<h2> [Titre vide]
<h3> Disponible
```

## - 1. Des balises mal utilisées...

Maginée n'utilise pas correctement les balises de titre : il n'y a pas de titre de niveau 1 et certains titres sont vides.

Rassurez-vous (ou inquiétez-vous), **quasiment aucun des 60 sites analysés ne possède une hiérarchie de titres acceptable !**

*Plan de la page obtenu avec l'extension  
WebDeveloper de Firefox.*

Si votre site possède des URL du type [www.site.com/15648\\_fr/mg\\_36/64569ag.html](http://www.site.com/15648_fr/mg_36/64569ag.html), c'est une bonne nouvelle car vous avez du pain sur la planche !

**Les URL de votre site doivent être compréhensibles par un être humain**, sinon elles ne sont pas bien écrites. Ça ne permet pas du tout de me repérer... Quand je vois des URL comme ça, je n'y comprends rien.

Et les moteurs de recherche non plus d'ailleurs. Vous saviez que les mots utilisés dans les URL ont une importance particulière pour les robots d'indexation ?

**Rien qu'en réécrivant correctement vos URL, vous avez la possibilité de gagner quelques places dans le classement des moteurs.**

Techniquement, c'est ce qu'on appelle l'**URL rewriting** (la réécriture d'URL) qui permet d'avoir des liens lisibles par tous, humains comme moteurs de recherche.



Produit	Description	Prix
Assiettes à dessert	BRUNO EVRARD CREATION 21.5cm - lot de 6 - SPIRIT	36,90 €
Flûtes à champagne	BRUNO EVRARD CREATION 23 cl - lot de 6 - MARGAUX rubis	37,90 €
Sticker Colibri	ACTE DECO Sticker Colibri Effet miroir	à partir de 29,00 €
Magnet lave-vaisselle	FUNNYDOORS Magnet lave-vaisselle Bambous	49,90 €

<http://www.madzelle.com/verres/1462-flutes-a-champagne-23-cl-lot-de-6-margaux-rubis-bruno-evrard-creation.html>

## + 1. Des URL compréhensibles.

Les URL du site Madzelle sont **lisibles par un être humain** : en un coup d'œil, je sais que le lien pointe bien vers la fiche produit demandée. Si un ami m'envoie ce lien par mail ou messagerie instantanée, j'aurai une idée de ce que je vais trouver en cliquant sur le lien.

**C'est quand même bien pratique.** 😊

# Boostez votre chiffre d'affaires avec votre catalogue

BeezUP, le logiciel  
qui vous permet de référencer  
vos produits sur les :

- Comparateurs de prix
- Places de marché
- Sites de cashback
- Régies d'affiliation
- Réseaux sociaux



## Plus d'infos

www.BeezUP.com  
tél. : 01 45 81 82 56  
contact@beezup.com

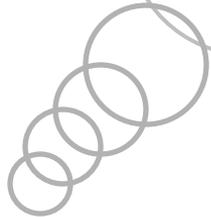


Solution gagnante  
de l'E-commerce Award 2009  
catégorie Digital marketing

Le titre de votre page (balise <title>) est affiché dans la barre de titre du navigateur ainsi que dans les résultats des moteurs de recherche. La balise description est également utilisée dans les moteurs de recherche pour présenter brièvement votre site aux internautes.

**Le remplissage optimal de ces balises est donc primordial afin d'optimiser votre référencement** et d'indiquer clairement ce que propose votre site internet.

**Allez à l'essentiel :** votre titre et votre description doivent permettre à quiconque de savoir en quelques mots quelle est votre activité et quels sont vos avantages.





<title>Snowresa - Vacances au ski, séjour ski pas cher dans les stations des Alpes.</title>

<meta name="description" content="Réservez votre séjour au ski avec Snowresa. Plus de 1500 locations pour vos vacances au ski en appartements, chambres, chalets, studio dans les domaines skiables de France, Suisse, Autriche et Italie. Des promos, des dernières minutes toute l'année.">



[Snowresa - Vacances au ski, séjour ski pas cher dans les stations ...](#)  
Réservez votre séjour au ski avec **Snowresa**. Plus de 1500 locations pour vos vacances au ski en appartements, chambres, chalets, studio dans les domaines ...  
[www.snowresa.com/](#) - [En cache](#) - [Pages similaires](#)



<title> Chacun Son Café : Large gamme de café grains, dosettes et machines. Conseils, Import en exclusivité</title>

<meta name="description" content=" ChacunSonCafe.fr : Une sélection de café haut de gamme en dosette expresso ESE, grains et moulu et accessoires. Des machines expresso originales esthétiques et professionnelles. ">



[Chacun Son Café : Large gamme de café grains, dosettes et machines ...](#)  
**ChacunSonCafe.fr** : Une sélection de café haut de gamme en dosette expresso ESE, grains et moulu et accessoires. Des machines expresso originales esthétiques ...  
[www.chacunsoncafe.fr/](#) - [En cache](#) - [Pages similaires](#)



## 1. Des informations pertinentes, utiles pour la recherche.

Lorsque les balises titre et description sont remplies, elles doivent permettre de voir en un coup d'œil ce que propose un site internet. **Pour SnowResa et ChacunSonCafe, les informations présentées sont très explicites et pertinentes : l'offre est rapidement perceptible.**

**Ah, les standards ! Un vaste sujet. Les respectez-vous ? Connaissez-vous leurs avantages ?**

Voici 4 raisons, et il y en a d'autres, qui devraient vous convaincre de respecter les standards (HTML et CSS notamment) définis par le W3C (World Wide Web Consortium) :

- 1 – Ils permettent d'obtenir un **rendu correct quelque soit le matériel ou le logiciel** utilisé pour consulter un site internet.
- 2 – Ils permettent de rendre les **sites plus accessibles aux personnes handicapées**.
- 3 – Ils permettent d'avoir un **code propre, facilement modifiable et évolutif**.
- 4 – Ils permettent un **meilleur référencement dans les moteurs de recherche**.



HTML invalide : 225 erreurs

CSS invalide : 241 erreurs



XHTML invalide : 846 erreurs

CSS valide : 1 seule erreur de fichier introuvable



XHTML invalide : 6 erreurs

CSS valide : aucune erreur !



HTML invalide : 92 erreurs

CSS invalide : 12 erreurs

## 1. Un respect approximatif des standards...

Sur l'ensemble des sites analysés, la plupart échouent aux tests du validateur W3C

: leur code n'est donc pas correct et peut engendrer de nombreux problèmes (lenteur, mauvais affichage, très mauvaise accessibilité...).

Pendant de nombreuses années les développeurs de tout bord ont maltraité les tableaux : ils les ont utilisé pour mettre en forme une page web, pour bien « caler » les éléments de design.

Le problème est qu'**ils ne sont pas fait pour ça, mais servent uniquement à structurer des données.** Par exemple, les caractéristiques techniques d'un produit peuvent être présentées sous forme d'un tableau.

En revanche, pour la mise en forme du site, il faut utiliser les éléments appropriés définis par le W3C (World Wide Web Consortium) : des blocs <div>, des paragraphes <p>, des listes à puces, etc.

L'utilisation de ces balises sémantiques permet de rendre le site plus accessible – notamment pour les handicapés -, de rendre le code moins lourd et plus évolutif (cf. [http://openweb.eu.org/articles/problemes\\_tableaux/](http://openweb.eu.org/articles/problemes_tableaux/)).

## 1. Des tableaux mal utilisés.

Certains sites utilisent les tableaux de manière détournée. C'est notamment le cas de Kusmitea qui s'en sert pour mettre en page son design.

The screenshot shows the Kusmi Tea website with a grid layout. The grid is highlighted with colored boxes to illustrate poor table usage:

- Green boxes:** Highlight the product cards for 'Matin detox', 'Après-midi cool', and 'Soirée épicée'.
- Blue box:** Highlights the 'Detox Cool Love' section.
- Red box:** Highlights the 'Les Nuits Slaves' promotional banner.

At the bottom of the grid, there are four smaller sections: 'A découvrir de toute urgence: les thés bien-être Kusmi', 'Exclusif ! La nouvelle collection de théières et mugs ForLife', 'L'histoire de Kusmi Tea racontée par Sylvain Orebi', and 'Nouvelle boutique Kusmi Tea entre la Place Vendôme et l'Opéra'.

At the bottom of the page, there is a footer with navigation links and a copyright notice: 'Depuis plus de 140 ans Kusmi Tea offre à travers le Monde des mélanges de thé de grande qualité. Mélanges de thé vert tels que le Vert Bouquet, le thé Vert à la menthe Nanah ou le Détox, de Thé Noir comme le Prince Wladimir ou encore des thés de Grandes Origines dont le Darjeeling, Assam ou Ceylan. Kusmi Tea a également acquis sa réputation par une sélection méticuleuse de thés rouges ou Rooibos et d'infusions.'

Les tableaux ont été entourés en vert, bleu et rouge grâce à l'extension WebDeveloper de Firefox.

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

Performance comparée de 6 sites

Boostez votre performance...

...commerciale

...fonctionnelle

...navigationnelle

...graphique

...technique

**Récapitulatif des 30 leçons de séduction**

Témoignages d'e-marchands

# Récapitulatif des 30 leçons de séduction

## Performance commerciale

- LEÇON N°01** Avancez démasqués, s'il-vous-plaît
- LEÇON N°02** Identifiez-vous !
- LEÇON N°03** Pensez op-ti-mi-sa-tion !
- LEÇON N°04** Révélez votre offre
- LEÇON N°05** Annoncez le prix
- LEÇON N°06** Mettez-moi en confiance

# Récapitulatif des 30 leçons de séduction

## Performance fonctionnelle

**LEÇON N°07** Mettez en avant votre panier

**LEÇON N°08** Divulgez le contenu du panier

**LEÇON N°09** Offrez-moi un espace rien qu'à moi

**LEÇON N°10** Aidez-moi à sortir de ce labyrinthe

**LEÇON N°11** Help, I need somebody!

**LEÇON N°12** Facteur, vous auriez du courrier pour moi ?

# Récapitulatif des 30 leçons de séduction

## Performance navigationnelle

- LEÇON N°13** Des boutons entièrement cliquables
- LEÇON N°14** Guidez-moi !
- LEÇON N°15** Allez, on passe à l'action ?
- LEÇON N°16** Parlez-moi dans la langue de Molière!
- LEÇON N°17** Guidez mon regard par un code couleur cohérent
- LEÇON N°18** Arrêtez de me harceler avec tous vos messages

# Récapitulatif des 30 leçons de séduction

## Performance graphique

**LEÇON N°19** Faites-moi rêver...

**LEÇON N°20** Ne me laissez pas dans le flou

**LEÇON N°21** Allez-y doucement sur les typos

**LEÇON N°22** Utilisez des couleurs et des visuels qui aident

**LEÇON N°23** Donnez de l'espace, de l'espaaaaaaace

**LEÇON N°24** Distinguez le contenu de la publicité

# Récapitulatif des 30 leçons de séduction

## Performance technique

- LEÇON N°25** Fournissez une description alternative aux images
- LEÇON N°26** Rédigez des titres hiérarchisés
- LEÇON N°27** Rendez votre site accessible avec et sans www
- LEÇON N°28** Définissez un titre et une description pertinentes
- LEÇON N°29** Codez proprement vos pages web
- LEÇON N°30** Proscrivez les tableaux pour la mise en page

# 30 leçons de séduction

pour convaincre vos visiteurs dès la page d'accueil !

Critères d'évaluation et sites analysés

Performance comparée de 6 sites

Boostez votre performance...

Récapitulatif des 30 leçons de séduction

**Témoignages d'e-marchands**



# Envie de CONVERTIR encore PLUS ?



Nous testons (en laboratoire, à distance, en temps réel)

Nous optimisons vos interfaces

Nous coachons vos équipes

**Contactez-nous**

**Tél: 04 72 76 94 00**

**[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)**

# Headict

Fiche entreprise

## The headwear shop

**Headict.com**, la boutique 100% dédiée à votre tête. Plus de 300 références de chapeaux, bonnets et casquettes parmi 12 marques originales. Des produits originaux et de qualité souvent introuvables en retail.



[www.headict.com](http://www.headict.com)

Page d'accueil

« Notre page d'accueil est conçue de manière à séduire deux types de publics :

- Nos fidèles visiteurs, qui viennent chercher des nouveaux produits et de l'actualité.
- Les nouveaux visiteurs, qui doivent comprendre en une page qui nous sommes.

Nous avons fait le choix de garder un espace important pour poser notre logo (header) et de présenter une grande frise horizontale de produits. Cette frise est mise à jour très régulièrement suivant les saisons et la météo.

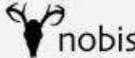
Un accès au blog et à notre page Facebook est mis en avant dès la page d'accueil, afin de garder le contact avec nos internautes. Nous avons également fait le choix d'une navigation simple et originale en présentant les catégories avec des pictos. »

Antonin LEFEBVRE // Co-fondateur Headict

### Choix par genre

- FEMMES
- HOMMES
- ENFANTS

### Choix par marque

- |  |   |
|--|---|
|   | <b>BREKKA</b>   |
| <b>Brixton</b>   | <b>BULA</b>   |
| <b>COAL</b>  | <b>DAKINE</b>   |
|   | <i>Goorin Bros</i><br><small>Established 1981</small>                             |
|   |  |
|  | <b>spacecraft</b>   |
| <b>URBANEARS</b>   | <b>wesc</b>   |



Iris  
by Brixton **54 €**



Hugh Demain  
by Nobis **55 €**



Tailored



Nickson



Castor



Slip by Brixton



Candice



Manva by Nobis

# Rue Des Hommes

Fiche entreprise

## Le spécialiste des vêtements et accessoires pour homme

**RuedesHommes.com** habille les hommes pressés de la tête aux pieds avec un grand choix de chemises, costumes, cravates, polos, jeans mais aussi tous les indispensables comme les sous-vêtements, tee-shirts, chaussettes, pyjamas, peignoirs... Rue des Hommes est LE spécialiste de l'habillement pour hommes multimarques.

**RUE DES HOMMES.COM**  
Vêtements, Accessoires et Qualité

[www.ruedeshommes.com](http://www.ruedeshommes.com)

Page d'accueil

## Chaque page est une page d'accueil

« Nous étudions par quels mots clés et sources nos visiteurs arrivent, pour leur proposer les produits qu'ils recherchent. Puis nous faisons un subtil dosage entre les produits que nous souhaitons pousser, les nouveautés et les offres promotionnelles, sans oublier de rassurer le visiteur. À ne pas négliger : chaque page est potentiellement une page d'accueil et doit être traitée comme telle. »

Jean-Yves FORT // Responsable marketing online Rue Des Hommes



Accueil

Bonnes Affaires

Idées Cadeaux

Nouveautés

Marques

Espace Pro

Conseils de Bob le manager

## TOUTE LA COLLECTION

- Accessoires Business ou FUN
- Bagagerie et Maroquinerie
- Boutons de manchettes
- Ceintures et bretelles
- Chaussettes
- Chaussons / Chaussures
- Chemises
- Chèques cadeaux / Coffrets
- Cravates
- Costumes
- Echarpes, Gants, Bonnets
- Maillots de bain
- Lunettes de soleil
- Manteaux et blousons
- Noeuds papillon et Foulards
- Pantalons
- Pulls et Sweats
- Pyjamas et Peignoirs
- Sous-vêtements
- T-shirts et Polos

Le Mois  
très bien  
sapé

Pour vous  
**-10%**  
dès 50€ d'achat



Cliquez ici pour profiter  
de cette offre -10%

## CÔTÉ BUSINESS



COTTON PARK  
> Chemise Italienne...  
49.00€



MARION ROTH  
> Chemise cintrée...  
49.00€



TOUCHE FINALE  
> Cravate unie...  
30.00€

## CÔTÉ WEEK END



PASCAL MORABITO  
> Shorty en fibre...  
12.90€



ARMOR LUX  
> Marinière col...  
35.00€



GIANNI FERRUCCI  
> Chemise cintrée...  
49.00€

## VOTRE PANIER

> Voir mon panier  
0 article(s)

## ESPACE CLIENT

vous email  
.....  
→ OK

> Devenir client  
> Mot de passe oublié

## NOS GARANTIES

- Paiement 100% sécurisé
- Délais respectés
- Echange facile
- Service personnalisé

## AVANTAGES

- Je gagne 8 € en parrainant
- Je reçois des réductions
- Je profite de tous les avantages

# Archiduchesse

Fiche entreprise

## Chaussettes Archiduchesse MADE IN France 30 couleurs

**Archiduchesse.com**, vente de chaussettes funky 100% fabriquées en France dans 30 couleurs et 3 gammes.



*archiduchesse*

[www.archiduchesse.com](http://www.archiduchesse.com)

Page d'accueil

## Simple, simple & simple !

« Notre recette pour la home page : Simple, simple & simple ! Que le client potentiel soit à 1 ou 2 clics de la mise dans le panier quelque soit l'endroit où il se trouve sur le site, home page incluse, et que le ticket/panier qui mène vers la sortie "avec achat" soit très facilement identifiable et ludique pour l'inciter à finir le parcours. »

Patrice CASSARD // Fondateur Archiduchesse

# Archiduchesse



archiduchesse

Shop

Blog

Info.

UK FR US

Bienvenue, identifiez-vous

0 paire dans votre panier  
frais de port offerts dans 36 €



Bouclette

Douces & confortables



De ville

Lisses & montantes



Petite

Courte & fines



6,00 €

Rose framboise

+ 1 paire en 37/41 42/46



6,00 €

Violet violine

+ 1 paire en 37/41 42/46



6,00 €

Rose petite fille

+ 1 paire en 37/41 42/46



6,00 €

Juste mauve

+ 1 paire en 37/41 42/46



6,00 €



6,00 €



6,00 €



6,00 €

# Décoration Stickers

Fiche entreprise

## Stickers muraux pour déco d'intérieur

**Décoration-Stickers** est une boutique en ligne spécialisée dans la vente de stickers muraux. Changez de décoration grâce à nos nombreux stickers, aussi bien pour les adultes que pour les enfants.

Retrouvez plus de 500 stickers répartis dans 18 univers.



Page d'accueil

« La stratégie de décoration-stickers au niveau du site internet est de faire une communication graphique claire avec la mise en place de visuels de qualité.

Un système de prévisualisation a été développé pour que nos clients puissent mieux imaginer nos stickers sur leurs murs.

Décoration-stickers met également en avant des engagements de qualité et de services avec des livraisons gratuites, des paiements sécurisés et de nombreux conseils.

Le client doit se sentir en confiance sur notre site internet, c'est notre principal axe de travail. »

Florian HAMZIJ // Fondateur Décoration Stickers

# Décoration Stickers

Stickers muraux pour déco d'intérieur avec Décoration Stickers

Rechercher un sticker :

OK

Partager sur Facebook

S'inscrire à la newsletter

Mon Compte

Suivi de commande

Mon Panier : 0 article(s)

## Décoration Stickers

### Nos Engagements de qualité et de services



Livraison **gratuite** en France métropolitaine à partir de 120€



Paiements **100% sécurisés** par carte bancaire



**500 modèles** classés par thèmes, 6 formats différents et **40 couleurs**



Marouflette et notice de pose **offertes** pour tout achat

» Stickers Enfants

» Stickers Série-Golo

» Stickers Mur Mur

» Stickers Animaux

» Stickers Nature

» Nos conseils

» Club Fidélité

» Stickers Voiture

» Stickers Miroir

» Stickers Design

» Stickers Baroque

» Stickers Ardoise

Notre page d'aide

Réduction à chaque achat

» Stickers Sport

» Stickers Noel

» Stickers Musique

» Stickers Vitre

» Stickers Texte

» Ils l'ont chez eux

» Nos meilleures ventes

» Stickers Voyage

» Stickers Pailleté

» Stickers Pas Cher

La galerie des internautes

Les favoris des internautes

Nouveaux Stickers Série-Golo !

BEST SELLER

## STICKERS MURAUX BEST-SELLERS



Toise arbre  
Série-Golo

Petit Prix



Les libélules  
Animaux



Les Chevaliers Le château  
Mur Mur

Petit Prix



La tête de la girafe  
Animaux

# Un PROJET ?

- Vendre plus grâce à un Audit e-Commerce
- Réaliser des tests en Labo Eye-Tracking
- Optimiser ma conversion (site / eMailing / Apps)
- Lancer mon site e-Commerce
- Etre accompagné via un coaching personnalisé
- Former mes équipes à l'e-Commerce
- Mieux connaître Altics et ses Résultats Clients !

Contactez-nous

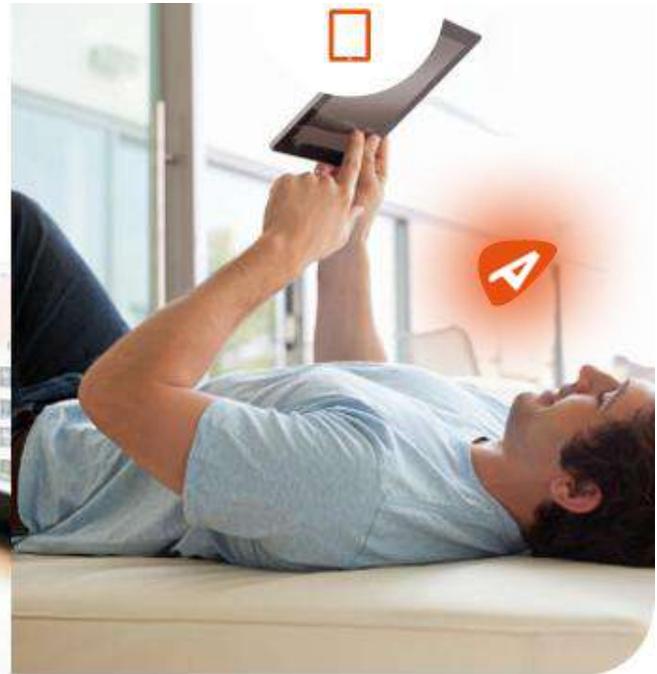
Tél: 04 72 76 94 00  
[win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)



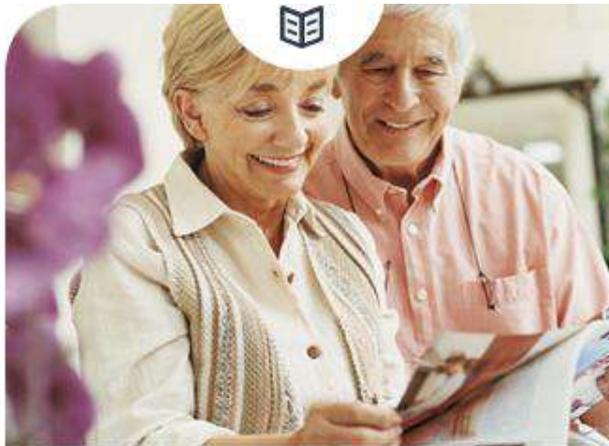
# Annexe

## PRÉSENTATION ALTICS





Lieux de vente  
Digitaux



Lieux de vente  
Traditionnels

Partir des vrais « gens »



# 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**



# Nos différences

## Modèle économique à la performance

### Focus e-Commerce



### Outils uniques



### Publications régulières



### Equipe de passionnés



# Synthèse des Offres



Révélez  
votre potentiel



DIAG by Altics

Repérez les points bloquants via un DIAG web, mobile, multicanal by Altics

Accélérez  
à la performance



TOP by Altics

C'est TOP by Altics. Rémunération incluant une partie variable.

Écoutez  
vos utilisateurs



TEST by Altics

Plus de 21 produits de tests conso (quali – quanti – Eye Tracking...)!



# Contact



A votre écoute :

Olivier MARX | Fondateur

T 04 72 76 94 00 | [win@altics.fr](mailto:win@altics.fr)

