

Les incontournables pour vendre plus

Soldes d'été



| Olivier Marx - Fondateur | 04 72 76 94 00
| Hugo Sanchez - Consultant ergonome Junior |
Mardi 4 Juin 2013





Contactez
Olivier Marx
04 72 76 94 00
win@altics.fr

Altics accélère Ventes
et Conversion des
sites marchands

www.altics.fr

Lyon, le 4 juin 2013

Ah les soldes ! Moment préféré de nos e-shoppers et e-shopperesses pour faire de bonnes affaires, mais attention : les bonnes affaires ça se prépare !

Depuis 2010 nous parlons avec les e-shoppers des soldes, et avons établi un véritable baromètre : comment les préparent-ils, quels budgets y consacrent-ils, achèteront-ils sur mobile et tablette ? (bien sûr !).

Côté e-shoppers, la préparation est minutieuse : on repère, on sauvegarde, on rafraichit, découvrez toutes les astuces utilisées sur web, mobile, tablette !

Côté e-Marchands, la tension est à son comble, on change les prix, on communique, on livre, on fidélise, on convertit vite vite beaucoup d'actions à organiser dans cette période intense !

Aujourd'hui Altics Team vous propose de ne pas oublier les incontournables des soldes pour vendre plus !

Accrochez vos ceintures..... 3, 2, 1 Partez !

Sommaire

Introduction

1. Baromètre Altics 2010-2013

- > L'évolution du comportement en période de soldes
- > Plus de 150 répondants nous livrent leurs astuces

2. Bonnes pratiques pour réussir vos soldes

- > Le bon rythme pour vos actions
- > La bonne utilisation des soldes flottantes

3. Guide pratique pour vous préparer

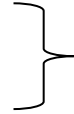
- > Serveur et vitesse de site
- > Éclairage sur la loi

Conclusion

Conventions graphiques



Testing



Constats issus du questionnaire



Audit



Constats relatifs à l'audit



Accompagnement



Recommandations et bonnes pratiques

Un recueil de données variées

📌 Démarche d'investigation

163 personnes issues du panel Altics ont répondu à un questionnaire basé sur 1400 envois, afin de recueillir les attentes des internautes sur leurs habitudes de navigation en prévision des soldes d'été.

Un audit e-Merchandising a également été réalisé à l'aide d'une grille ergonomique.

Des bonnes pratiques eCommerce issues de la Knowledge Base pour vous fournir des recommandations concrètes ont été utilisées.

Le tableau ci-contre présente le croisement des méthodes de tests utilisées lors de cette étude.

Chaque pictogramme associé à une méthode vous permettra de repérer la source des données au sein de ce document.

	Audit	Questionnaire	Bonnes Pratiques
			
Site	✓		✓
Comportement et attentes		✓	

Présentation des sites étudiés

Les sites sont :

- 3 Suisses
- Brice
- Camaieu
- Darty
- Du Pareil Au Même
- La Maison de Valérie
- La Redoute
- MacWay
- Mango
- Motoblouz
- Naf Naf
- Obaïbi – Okaïdi
- Promod
- Spartoo



Les 5 points clés de l'étude

1. La sauvegarde du panier est très utilisée avant le lancement des soldes
2. De plus en plus d'acheteurs privilégient le canal d'achat « web »
3. Ordinateurs, tablettes, smartphones : tous les supports sont concernés
4. Les internautes apprécient un rythme de 2 à 3 newsletters hebdomadaires
5. Les soldes flottants autorisent les « ventes privées » un mois avant les soldes fixes

Sommaire

Introduction

1. Baromètre Altics 2010-2013

- > L'évolution du comportement en période de solde
- > Plus de 150 répondants nous livrent leurs astuces

2. Bonnes pratiques pour réussir vos soldes

- > Le bon rythme pour vos actions
- > La bonne utilisation des soldes flottants

3. Guide pratique pour vous préparer

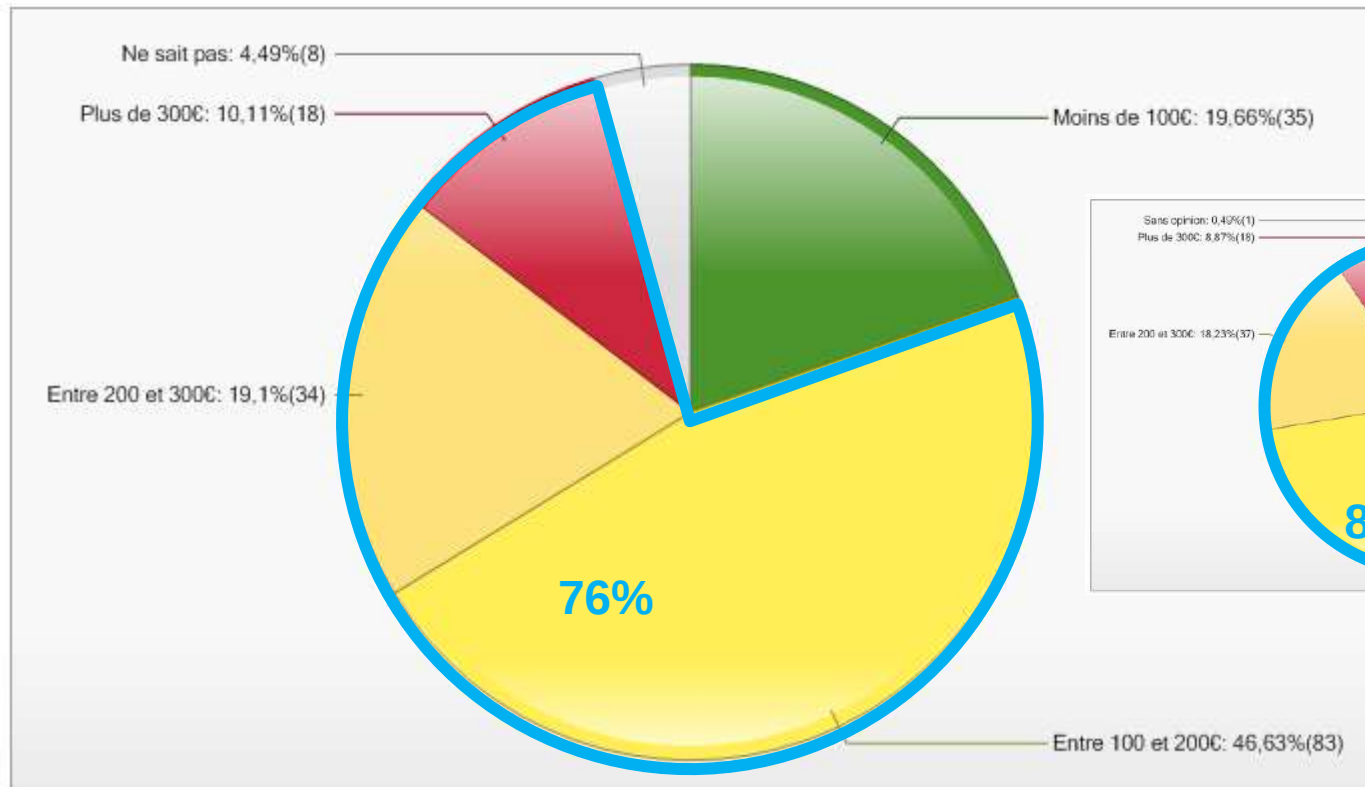
- > Serveur et vitesse de site
- > Éclairage sur la loi

Conclusion

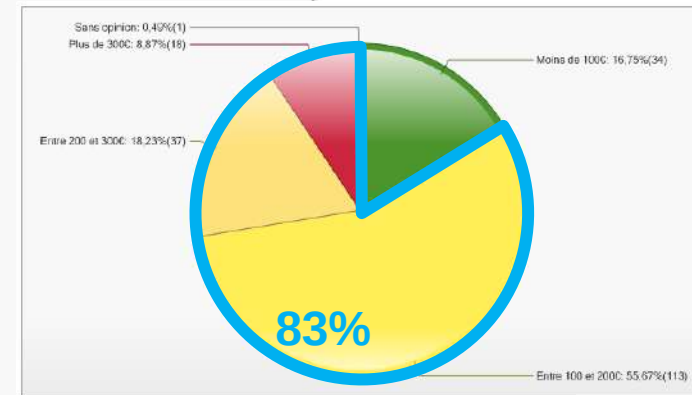


Le budget soldes est en baisse

Quel budget comptez-vous accorder aux soldes printemps-été 2013 ?



2013



2012

Trois sondés sur quatre (**76%**) comptent dépenser au moins 100€ lors des prochains soldes

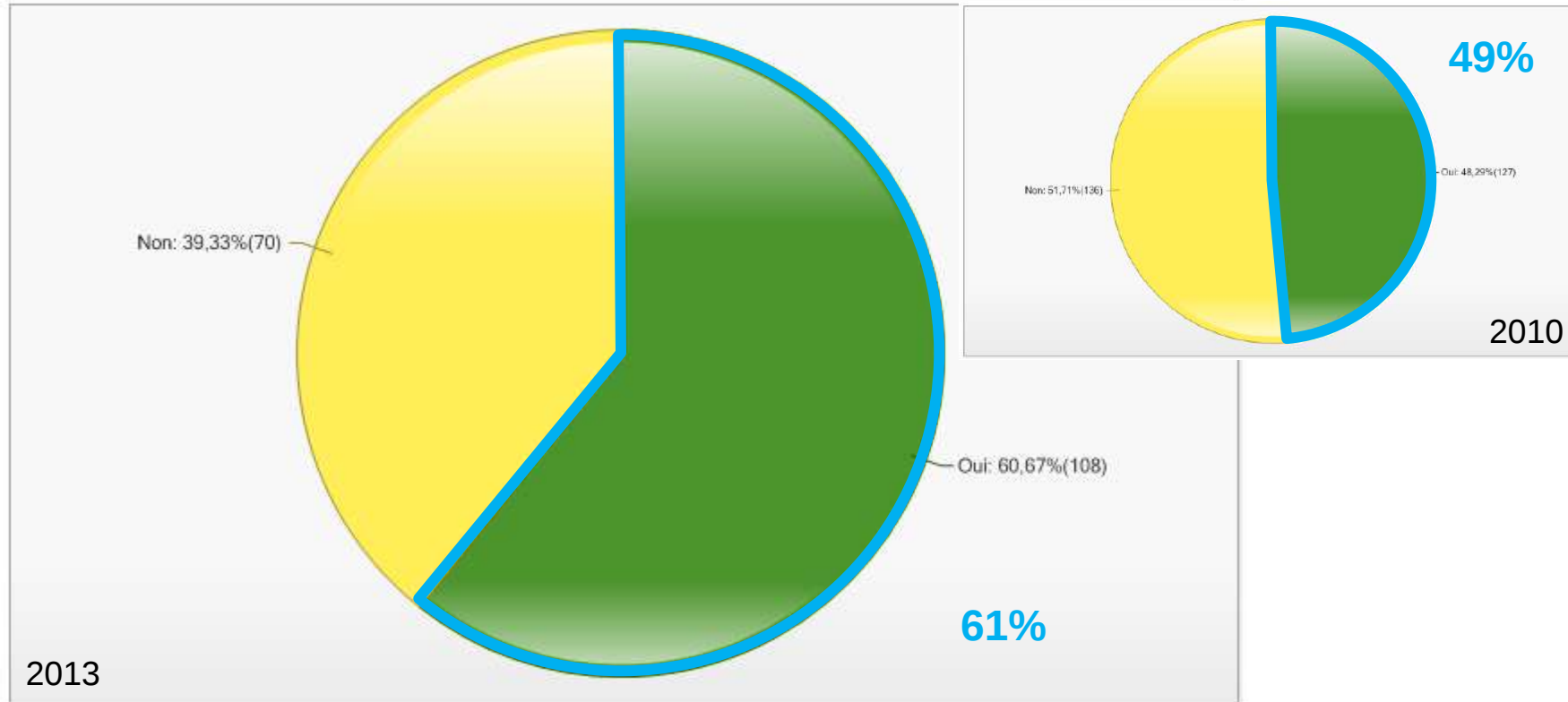
Cela représente un **retrait de 7 points** par rapport aux soldes d'hiver, principalement causé par une baisse d'intention dans la tranche 100-200€ (**-9%**)

Basé sur 178 réponses



Les internautes se préparent en avance

Avant le lancement officiel, préparez-vous les soldes en repérant les produits ?



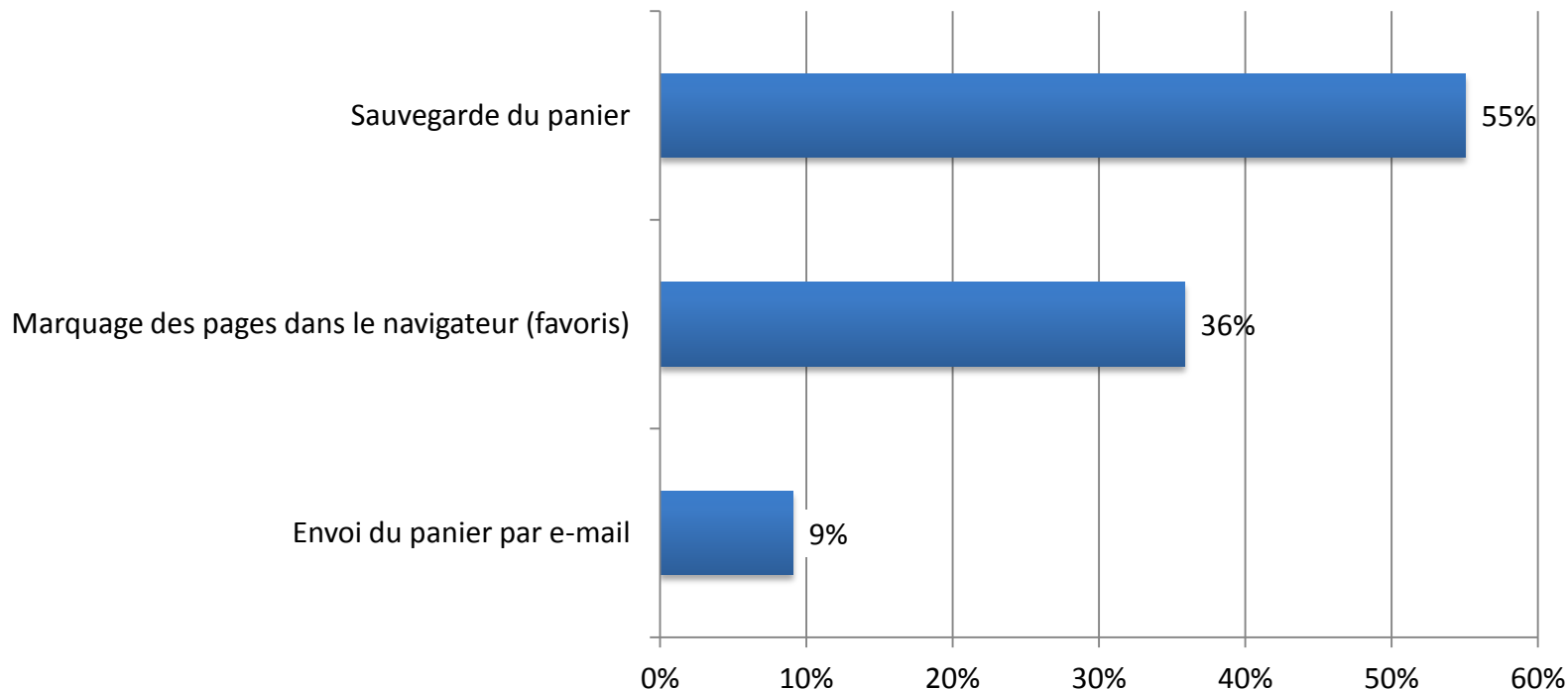
La majorité (**61%**) des internautes préparent les soldes en repérant les produits en magasin ou sur internet, une tendance qui s'amplifie d'année en année

Basé sur 178 réponses



La sauvegarde du panier, une astuce bien rôdée

Quelles sont vos "astuces" pour gagner du temps en ligne lors des périodes de soldes ?



Un sondé sur deux (**55%**) déclare utiliser la sauvegarde du panier pour gagner du temps lors des périodes de soldes.

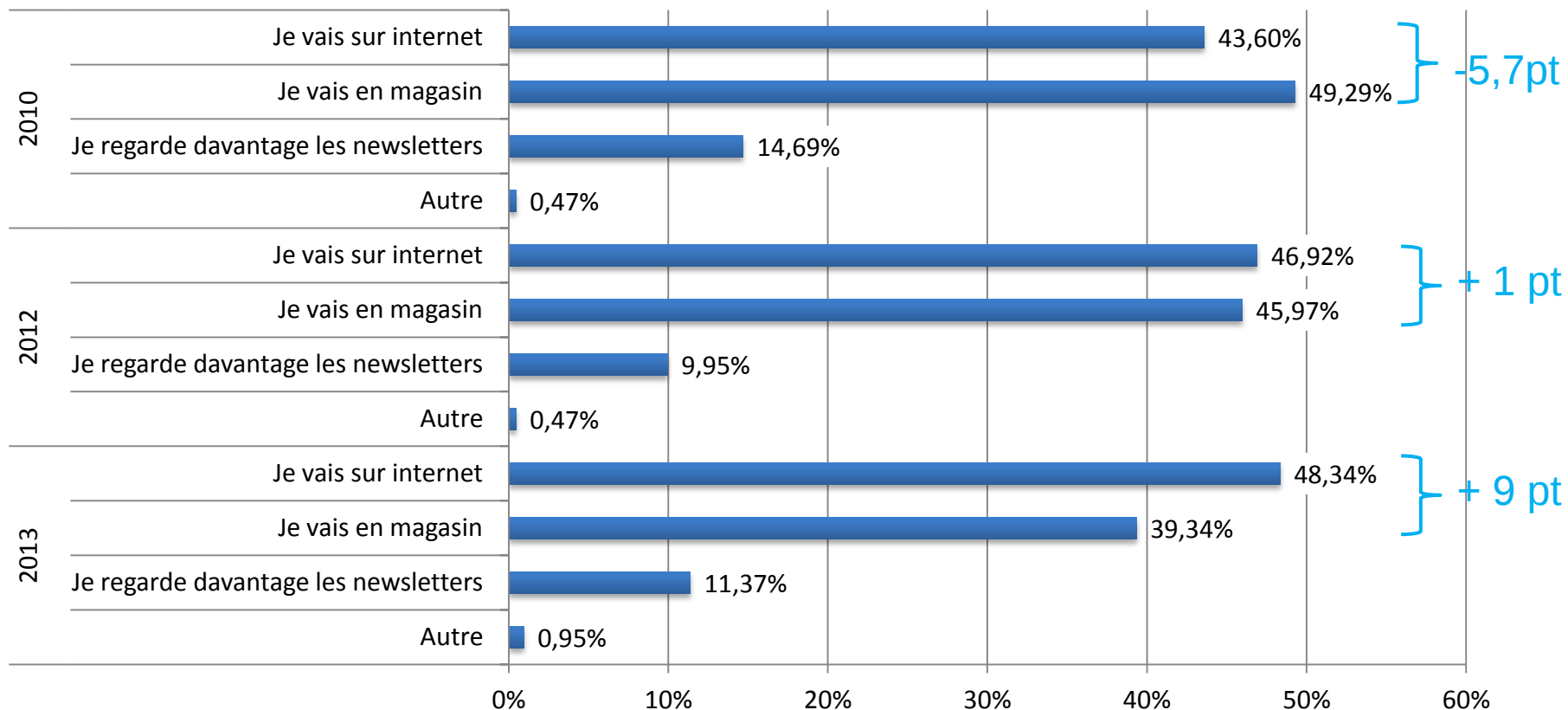
Un tiers des internautes restants (**36%**) utilise plutôt les marque-pages de son navigateur

Basé sur 214 réponses



Préparation: Le web distance les magasins physiques

Comment procédez-vous pour préparer les soldes ?



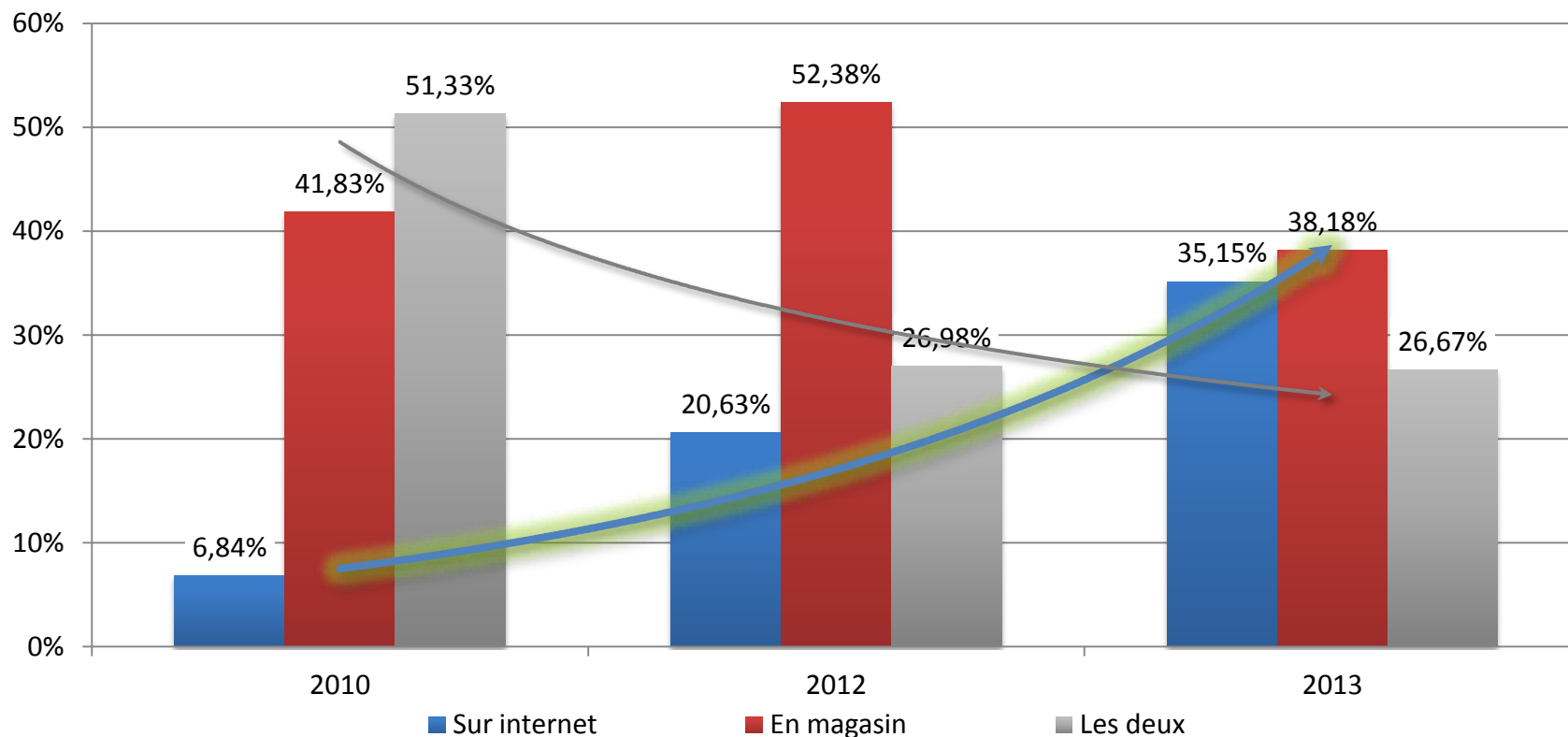
Les clients sont toujours plus nombreux à préparer les soldes sur internet, au détriment des magasins physiques... qui restent tout de même privilégiés par 4 sondés sur 10 (**39%**)

Basé sur 211 réponses



Achat: Le canal web en pleine croissance

En période de soldes, achetez-vous plutôt ?



Les internautes sont de moins en moins indifférents quant aux canaux d'achats web vs. magasins et commencent à afficher leurs préférences

Sur 3 ans : **Internet : +28pt**

Magasins : -4pt

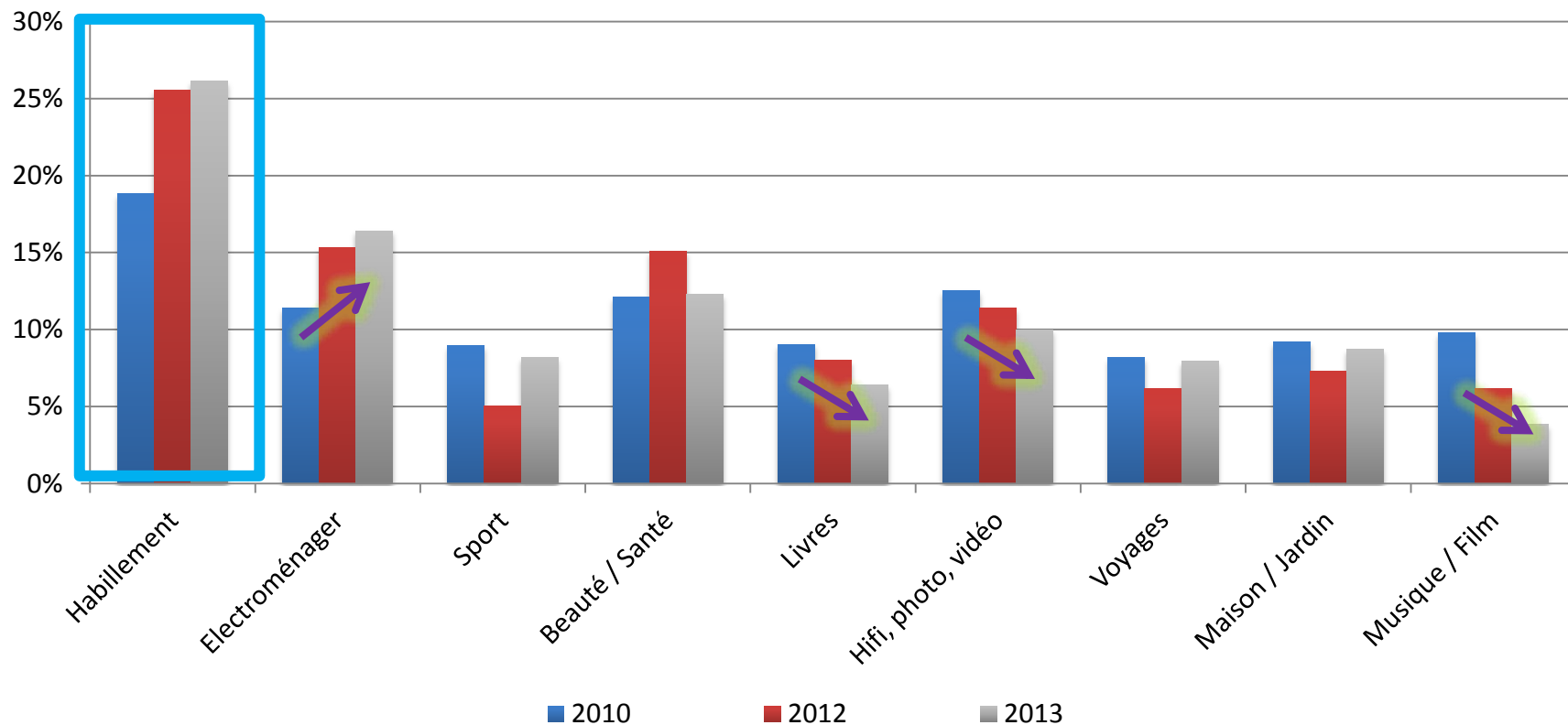
Indifférent : -25pt

Basé sur 165 réponses



L'habillement est toujours en tête

Quels sont les secteurs pour lesquels vous-êtes le plus susceptible d'acheter des articles sur internet en période de soldes ?



Malgré le recul des ventes de l'habillement (FEVAD), celui-ci reste le premier secteur d'achat envisagé pour les soldes à venir (**26%**)

Les produits culturels (livres) et numériques (musique, photo, ...) semblent s'essouffler avec le temps

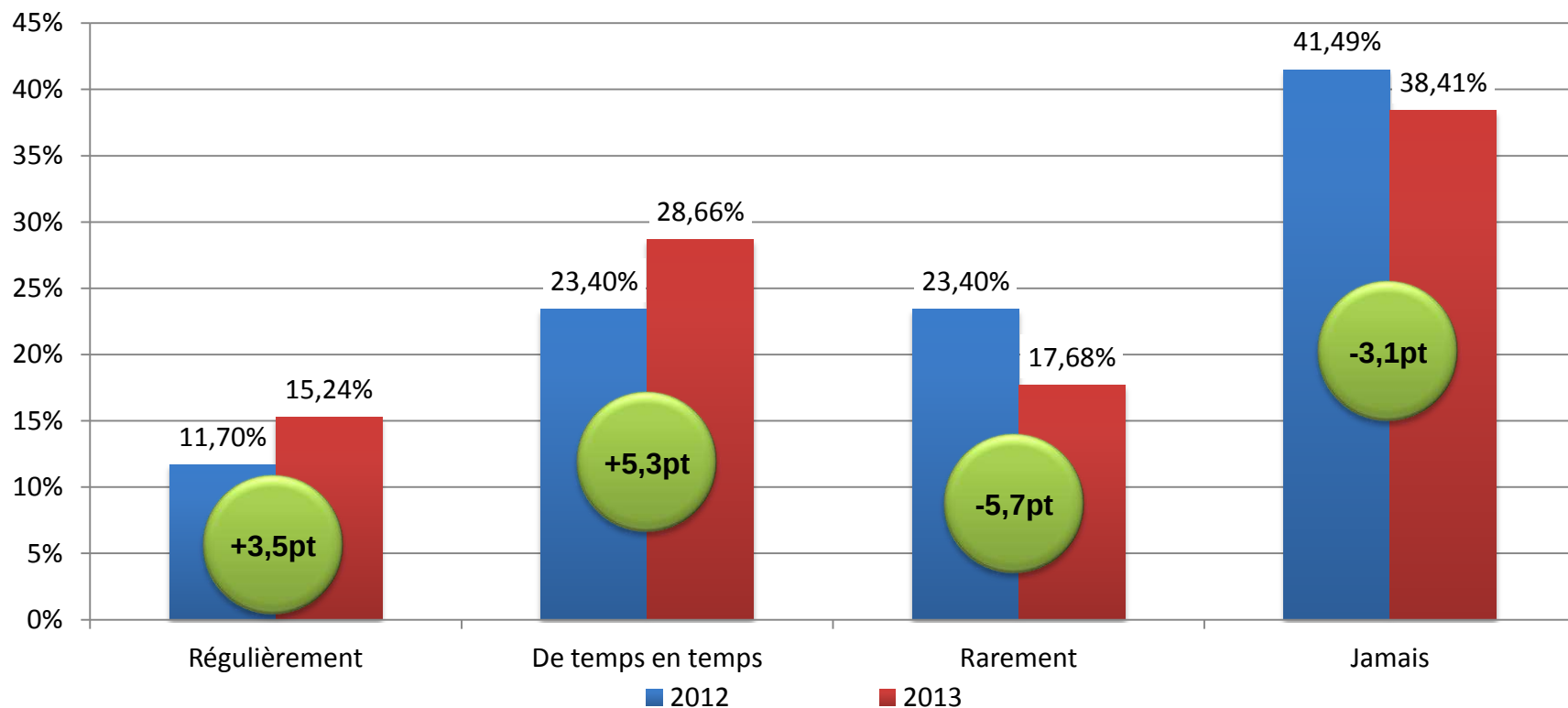
Basé sur 211 réponses





Newsletters: De plus en plus lues sur mobile

En période de soldes, consultez-vous des newsletters sur votre mobile?



Plus de 6 sondés sur 10 (**62%**) lisent les newsletters sur leur mobile (rarement ou plus souvent)

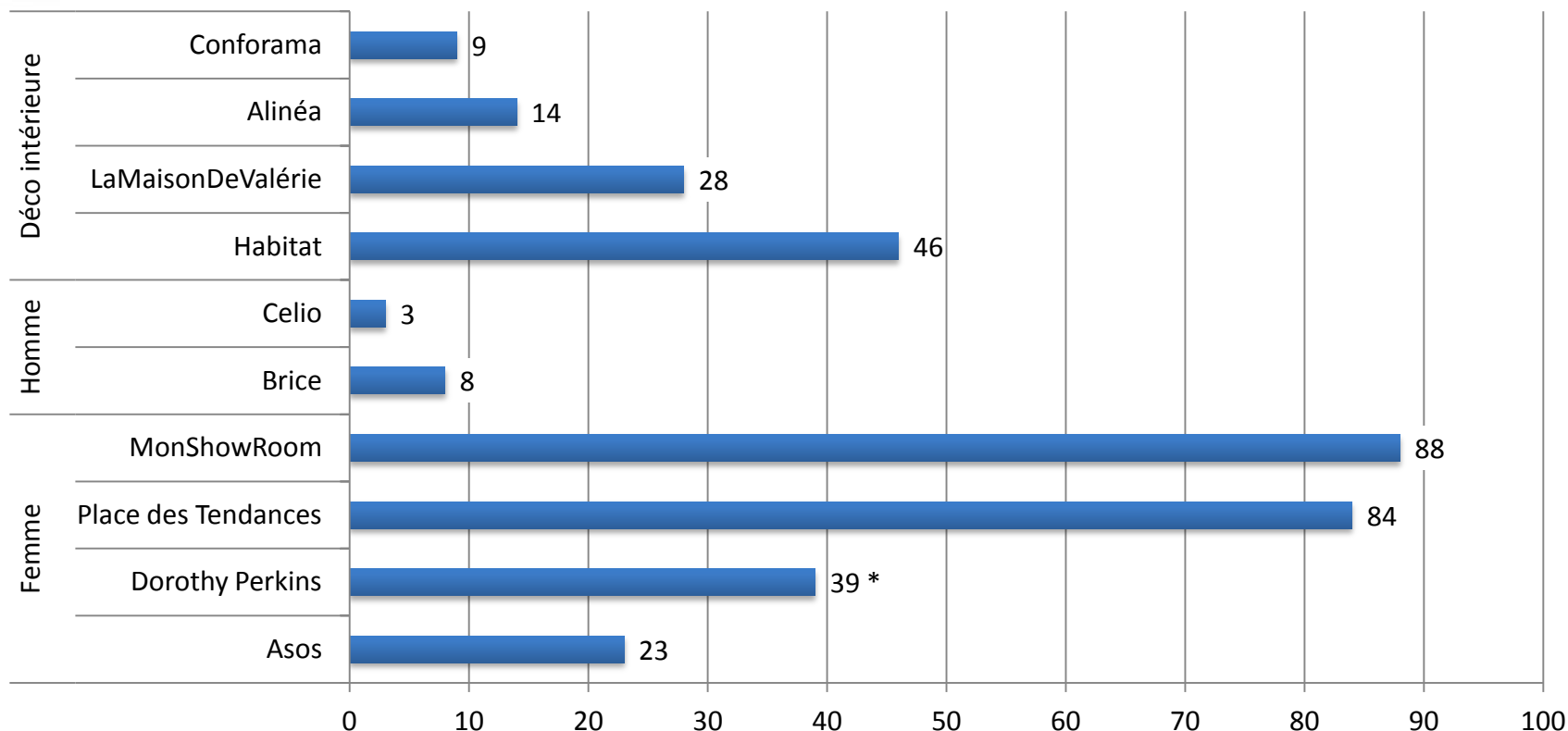
Les consultations régulières et occasionnelles ont tendance à augmenter

Basé sur 164 réponses



Rythmez vos envois de newsletters « soldes »

Nombre de newsletters contenant le terme « soldes » envoyées durant l'année passée (depuis le 25/06/2012)



Selon les enseignes, le nombre de newsletters comportant le terme « soldes » varie très fortement : 9 pour Conforama vs. 46 pour Habitat

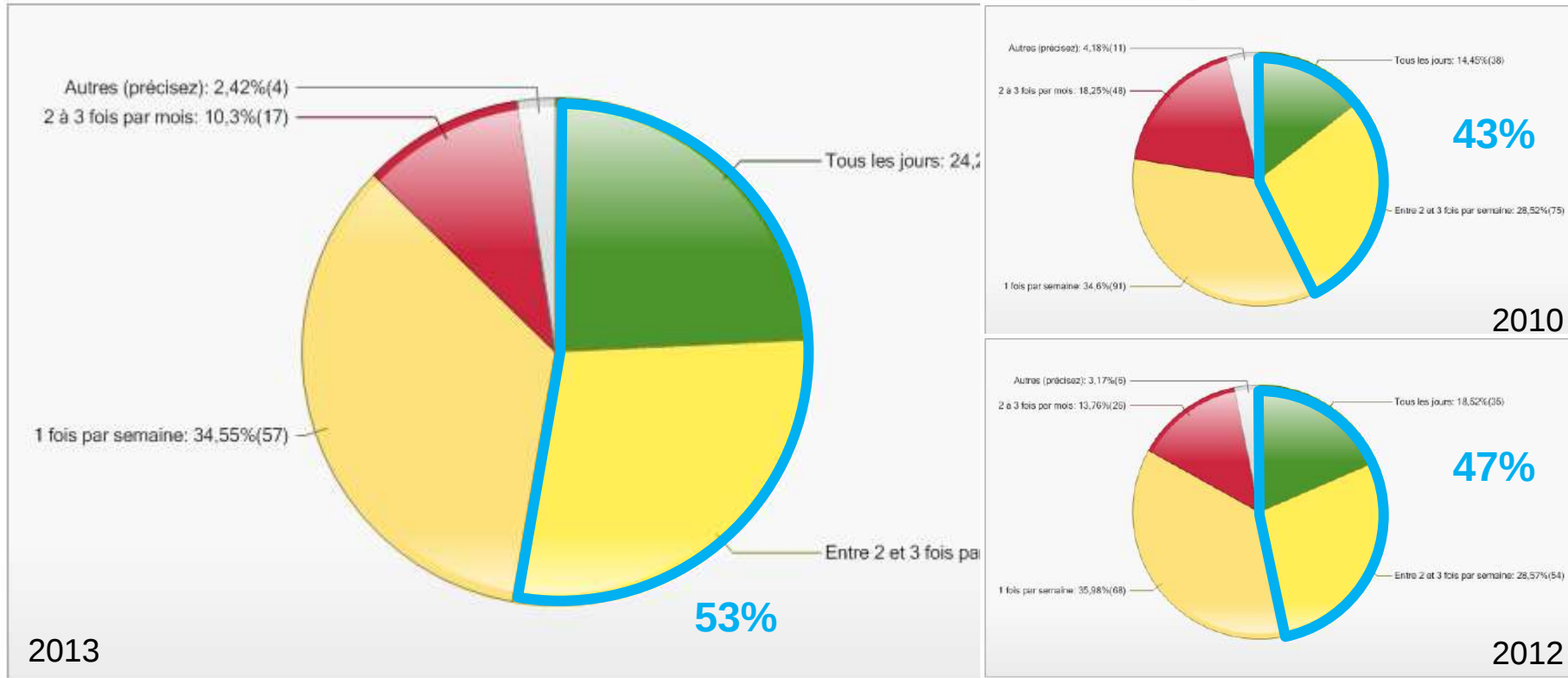
La mode femme dépasse de loin les autres secteurs

* Comptage à partir du 25/09/2012



Newsletters: 2 à 3 envois par semaine

Avant le lancement officiel, préparez-vous les soldes en repérant les produits ?



La majorité (**53%**) des internautes souhaitent recevoir plus d'une newsletter par semaine, un chiffre qui augmente d'année en année

Basé sur 178 réponses



Ciblez vos newsletters

Pourquoi n'êtes-vous pas du tout satisfait ou peu satisfait des newsletters ?

Les promotions qui sont annoncées ne reflètent pas la réalité du site quand on se connecte. C'est juste du produit d'appel

Ça ne correspond que rarement à mon besoin...

Les produits proposés ne me sont généralement d'aucune utilité

C'est bien souvent mal ciblé. Je ne reçois pas les offres qui m'intéressent vraiment

Elles sont trop nombreuses... donc on ne les lit plus !



Sommaire

Introduction

1. Baromètre Altics 2010-2013

- > L'évolution du comportement en période de solde
- > Plus de 150 répondants nous livrent leurs astuces

2. **Bonnes pratiques pour réussir vos soldes**

- > Le bon rythme pour vos actions
- > La bonne utilisation des soldes flottants

3. Guide pratique pour vous préparer

- > Serveur et vitesse de site
- > Éclairage sur la loi

Conclusion



Des newsletters d'annonce « J-2 »



J-2 AVANT LES SOLDES :
Préparez dès maintenant votre panier !

la maison de Valérie

Menu: Meubles, Canapés, Literie, Linge de maison, Décoration, Petit électroménager, Gros électroménager, Image, son & multimédia, Jardin & loisirs

Dès le 27 juin 2012

soldes-80%

-70% -75% -40% -50% -30%

STOCKS LIMITÉS

J-2

- Ajoutez dès maintenant votre produit au panier
- le 27 juin dès 8h validez en 1 clic !

Accès direct aux articles bientôt soldés :

SALON & SÉJOUR	CHAMBRE	RANGEMENT	BUREAU
CANAPÉS	LITERIE	LINGE DE MAISON	DÉCORATION
GROS ELECTRO	PETIT ELECTRO	IMAGE & SON	MULTIMÉDIA
MOBILIER DE JARDIN	MATÉRIEL DE JARDIN	VOIR TOUS LES PRODUITS	

Pourcentage de réduction et mention « stocks limités » bien visibles et incitant à aller réserver les produits en ligne

L'accès direct aux grandes catégories de produits en soldes facilite la navigation

Vous pouvez également feuilleter le catalogue interactif :



"Découvrez avant les autres des dizaines d'articles aux prix Soldes !"

► **Feuilletez notre catalogue**

Un catalogue interactif permet d'avoir une vision globale des produits en vente sur le site

la maison de Valérie

DISPONIBLE SUR VOTRE MOBILE

Facebook, Twitter, Email

ENVOYER À UN(E) AMI(E)

CB, Garantie 1 an minimum, Frais de gros colis chez vous, SAV, 3000 Points-Cadeaux près de chez vous, Facilité de paiement



Une relance lors des nouvelles démarques

COLLECTION NOUVEAUTÉS FASHION Focus SOLDES

NOUVELLES DÉMARQUES

S%OLDES

Profitez des nouvelles démarques** !

Produit	Réduction	Prix
Robe longue dos nu	-60%	17,98€
Débardeur romantique	-60%	9,97€
Débardeur avec dentelle	-49%	5€
Montre trendy	-41%	10€
Pantacourt rince	-40%	17,97€
Lunettes de soleil chics	-41%	7€

JE RECHERCHE PAR PRODUIT :
Jeans
Tops
Pulls et Gilets
Chemisiers
Jupes
Robes
Pantolons
Pantacourts et Shorts

JE RECHERCHE PAR % :
-40 %
-50 %
-60 % et plus

A découvrir en boutique et sur Promod.fr

MA GARDE-ROBE COLORÉE À PRIX SOLDÉS !

VALISE DE VACANCES
COULEURS SORBET
SOLDES** : Produits colorés

SHOPPING PROMOD SUR VOTRE MOBILE
PROMOD SUR FACEBOOK
J'aime
PARTAGER CETTE NEWS AVEC UNE AMIE

promod

Un bandeau un massif mais qui permet d'arriver directement sur page dédiée aux soldes

Certains produits sont poussés, ils illustrent l'offre et permettent à l'acheteur de se projeter

Un accès à la recherche par produit ou par pourcentage de réduction peut être incitatif



Proposez une double entrée vers les soldes



Ajoutez une bannière qui contextualise et mène vers une sélection de produits soldés



Poussez des articles phares de la période pour favoriser l'achat d'impulsion



Une disposition incitant à la lecture

The screenshot displays the Darty website's product grid. At the top, a navigation bar lists categories: GAMING, INFORMATIQUE & TABLETTE PC, AUDIO & HIFI, TV, VIDÉO, HOME CINÉMA, GPS & TÉLÉPHONE, PHOTO & CAMÉSCOPE, CUISINE & MAISON, BEAUTÉ & BIEN ÊTRE, and GROS MÉNAGER. The main content area features several product tiles with promotional banners. A large red banner on the left side of the page lists categories: PHOTO CAMÉSCOPE, TV, HOME CINÉMA, AUDIO HIFI, INFORMATIQUE & TABLETTE, and PETIT ÉLECTROMÉNAGER. The product tiles include:

- NESPRESSO Espresso KRUPS YY1301FD**: A 40€ reduction banner is prominently displayed. The price is 97€, with free delivery. A 'J'en profite !' button is visible.
- PC de bureau PACKARD BELL MEDIA S2110**: A 269€ price tag (reduced from 299€) is shown. A 'J'en profite !' button is present.
- Chaîne micro SONY CMT-H5**: A 269€ price tag is shown. A 'J'en profite !' button is present.
- Réfrigérateur-congélateur INDESIT BIAA 13**: A 349€ price tag is shown. A 'J'en profite !' button is present.

The DARTY logo is visible at the bottom center of the page.

Mise en avant d'un produit en particulier, prix et réduction bien visibles

Présentation des produits en quinconce incitant à descendre pour lire au fur et à mesure : un produit en dévoile un autre



Le cas des marques

MANGO

[publicité] Si vous ne pouvez pas lire le texte ci-dessous, veuillez cliquer [ici](#).

Le nom de la marque est très visible

SOLDES
TOUT À
-50%

ACHETER »

Un simple message est juxtaposé
à l'égérie de la marque

Préférez ajouter des produits dans vos newsletters afin de
permettre aux internautes de mieux se projeter et d'arriver
directement sur une page produit choisie

NEW! CATALO

Disponible dans les boutiques MANGO / H.E.



Suscitez la curiosité avec des offres limitées

« Oui, j'ouvre ! »

(décision basée uniquement sur l'objet)

Expéditeur	Objet	Pourcentage d'ouverture des utilisateurs
Quelle La Source	« SOLDES de l'été : vite <prénom> les meilleurs prix partent vite ! »	70%



« 'Les meilleurs prix partent vite' ça met la pression j'ai envie d'en profiter »

« C'est bien joué, on a envie de voir ce qui part vite »

Favorisez l'ouverture avec des offres limitées qui attisent la curiosité



Démarquez-vous avec de fortes promotions



« Oui, j'ouvre ! »

(décision basée uniquement sur l'objet)

Expéditeur	Objet	Pourcentage d'ouverture des utilisateurs
Mathon	SOLDES MATHON jusqu'à -60%: c'est parti !	89%
Blanche porte	SOLDES jusqu'à -70% : c'est maintenant !	89%
Habitat	Soldes d'exception Habitat jusqu'à -50%. Et -15% supplémentaires pour vous !	89%
Okaidi	Soldes jusqu'à -70% : C'est parti !	86%



« Parce que 50% c'est intéressant avec 15% supplémentaire pour les clients, ça peut être vraiment pas mal »

« Parce que je n'ai pourtant besoin de rien mais l'objet à -70 % ça fait ouvrir »

Pour mieux vous démarquer et séduire l'acheteur, mettez en avant de fortes promotions



Ciblez vos campagnes e-mails

- Utilisez les informations contenues dans votre base client pour envoyer des e-mails personnalisés à vos clients.
- Lors de la souscription à la newsletter, profitez du formulaire pour recueillir l'âge et le sexe de vos prospects (veillez à ne pas demander trop d'informations)

Une réduction est accordée lors de la souscription à la newsletter

spartoo.days X.Ferrier

20%

BRAVO !

Vous avez gagné une réduction de **20%**

Pour recevoir votre gain merci de remplir ce formulaire

Vous êtes ☐ Femme ☐ Homme

Nom

Prénom

Date de naissance

Email

Valider

☒ Oui, je veux recevoir les meilleures offres de Spartoo.com
☐ Recevoir les bons plans de nos partenaires
☐ Oui, je souhaite participer au panel

Charte de confidentialité

Newsletter // je m'abonne

Vous avez déjà un compte? [cliquez ici](#)

CAMaïEU

Civilité*: ☐ M. ☐ Mlle ☐ Mme

Prenom*:

Nom*:

Date de naissance*: / /

E-mail*:

Pays*:

Code postal :

je m'abonne



Planifiez vos envois de newsletters

- Quelques jours avant le lancement (J-2) :
- Invitez les internautes à préparer leurs achats et sauvegarder leur panier
- À chaque nouvelle démarque :
- Relancez vos clients / prospects en ajoutant une offre spéciale ou une réduction exceptionnelle limitée dans le temps
- Présentez différents types de produits :
- Sans oublier les prix (ancien et nouveau) ainsi que le montant de la réduction
- Créez une page d'atterrissage dédiée aux produits soldés pour le bandeau
- Faites des liens directs vers les pages produits pour chaque visuel





Proposez des « ventes privilèges » en amont

- ❖ Réservées à vos clients fidèles, elles les incitent à :
 - ❖ parcourir tout votre catalogue
 - ❖ repérer certains produits
 - ❖ sauvegarder leurs paniers

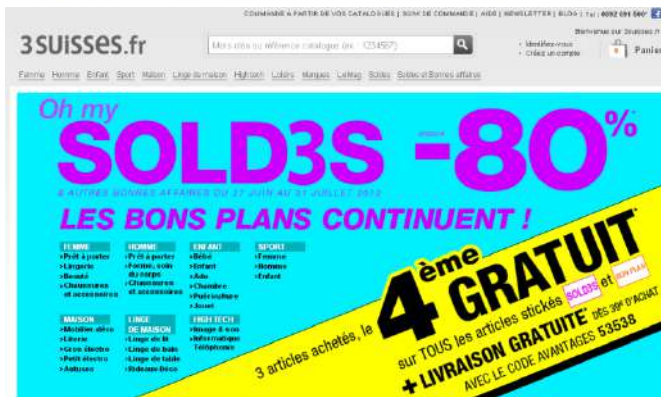




Une page d'accueil toujours en évolution



Mot « soldes » et % de réduction bien visibles

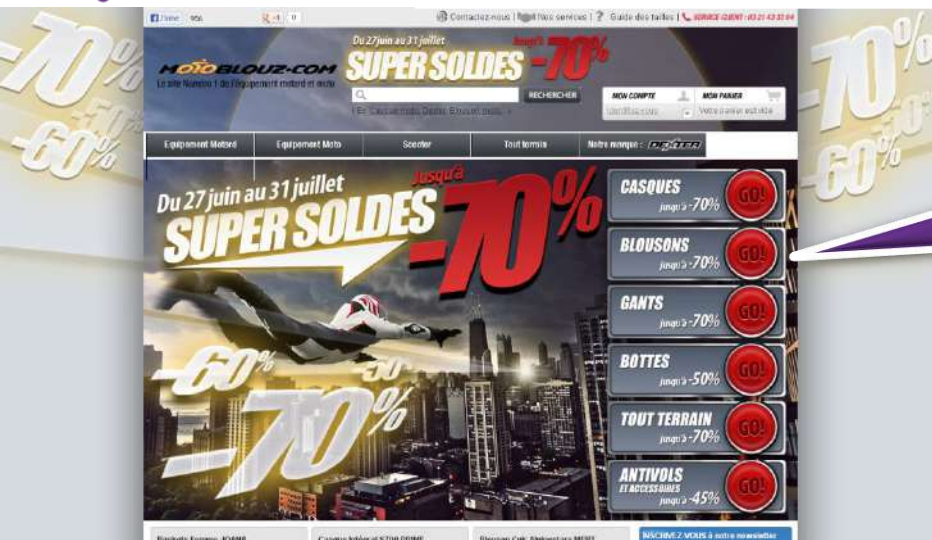


Plus le temps avance et plus les offres se multiplient

Sur 1 mois, 4 changements de bandeaux sur la page d'accueil

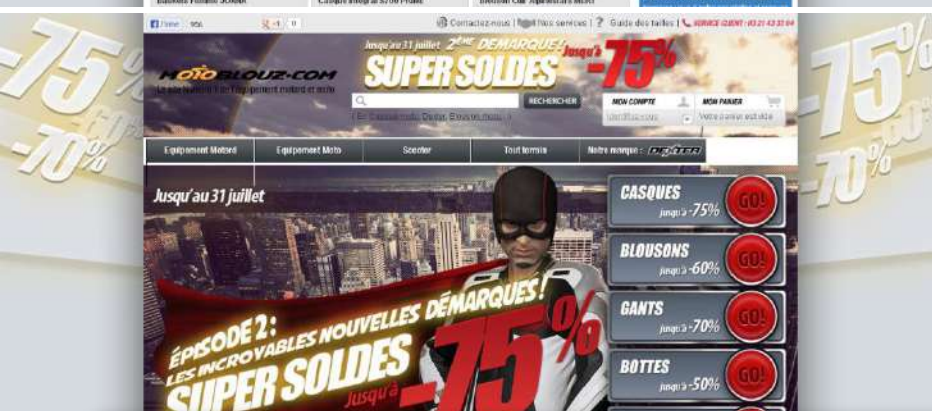


... avec une thématique récurrente



Les catégories sont toutes présentées avec un bouton « GO » bien visible

Le thème des « super-héros » est conservé tout au long des soldes



Le thème unique permet de conserver une homogénéité et évite aux clients de se perdre d'une semaine sur l'autre



Une page d'accueil incitative et rassurante

Un bandeau incitatif, qui montre de nombreux produits et invite à consulter l'ensemble du catalogue produit

Obaïbi-okaïdi
Les marques des 0-14 ans

Carte de Fid
Liste de na
Inventaire
SOLDES

Layette 0 - 18 mois Bébé fille 12 mois - 5 ans Bébé garçon 12 mois - 5 ans Fille 2 - 14 ans Garçon 2 - 14 ans Puériculture Chambre

Soldes
TOUT À -50%*
VOIR TOUS LES PRODUITS

► LAYETTE 0 - 18 MOIS ► FILLE 2 - 14 ANS ► GARÇON 2 - 14 ANS

Et toujours la sélection à -70%*

VOTRE COMMANDE LIVRÉE GRATUITEMENT
Dans l'un de nos 368 magasins en France
► TROUVER MON MAGASIN

SATISFAIT OU REMBOURSÉ
En magasin ou par la poste sous 30 jours
► EN SAVOIR PLUS

*Jusqu'au 31 Juillet inclus

Ne négligez pas la rassurance, en période de soldes, elle peut faire la différence !



Une page d'accueil qui permet une transition



Un bandeau clair et assez incitatif, avec des couleurs (très) vives

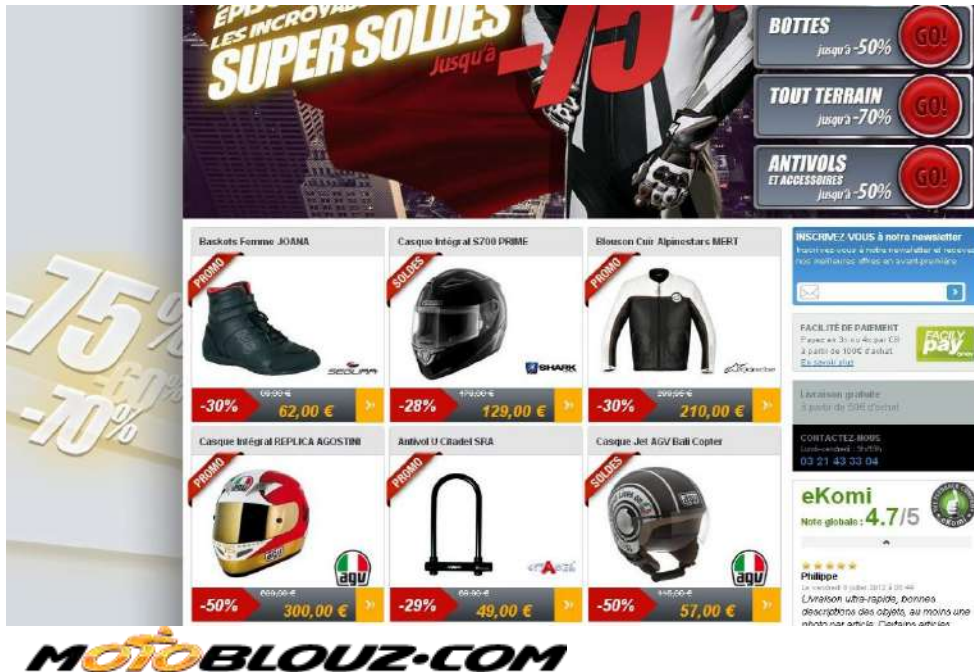


À la fin des soldes, il est intéressant de pousser la nouvelle collection (automne-hiver)



Modifiez régulièrement votre page d'accueil

- Votre page d'accueil doit évoluer avec le temps
- Modifiez régulièrement le bandeau pour susciter l'achat (temps/stocks limités)
- Faites apparaître des produits soldés sur la page d'accueil
- Sélectionnez consciencieusement les produits poussés
- Créez un lien menant vers tous les produits soldés





Des prix et des réductions bien visibles

JUSQU'À
90%
DE REMISE
IMMÉDIATE
SUR + DE 700 ARTICLES !
J'Y VAIS!

Incitez au clic grâce à une forte promotion, une offre large et un bouton d'action


-20%
~~79,90 €~~
63,92 €
Griffin HELO TC Assault
Hélicoptère lance-missiles
pour iPod, iPhone et iPad
[Découvrir](#)


-30%
~~139 €~~
97,30 €
Storeva Bollo NMP-MOB
Boîtier multimédia 2,5"
Full HD HDMI + Ventilateur offert
[Découvrir](#)


-25%
~~179,90 €~~
134,93 €
SoundYou iALU Noir
Station d'accueil & barre de son 2.1
Mac / iPod / iPhone / iPad
[Découvrir](#)


-50%
~~39,90 €~~
19,95 €
Novodio PureWatt icon
Batterie d'appoint 1200 mAh
pour iPod/iPhone
[Découvrir](#)


-40%
~~29,90 €~~
17,94 €
KitSound KSDJ Noir
Casque stéréo hautes performances
[Découvrir](#)


-15%
~~59 €~~
50,15 €
Henge Docks
Station d'accueil MacBook Air 11"
(à partir d'octobre 2010)
[Découvrir](#)

Une mise en avant de différents articles avec une promotion, un prix visible et un ancien prix barré



Mettez en avant l'espace « soldes »



Ajoutez un onglet soldes dans le menu traditionnel

Présentez vos réductions via une grande taille et une couleur qui contraste le reste de la page pour attirer l'attention

Mettez en avant vos taux de réduction > Incitez l'internaute à consulter vos soldes

Sommaire

Introduction

1. Baromètre Altics 2010-2013

- > L'évolution du comportement en période de solde
- > Plus de 150 répondants nous livrent leurs astuces

2. Bonnes pratiques pour réussir vos soldes

- > Le bon rythme pour vos actions
- > La bonne utilisation des soldes flottants

3. Guide pratique pour vous préparer

- > Serveur et vitesse de site
- > Éclairage sur la loi

Conclusion

Préparez vos serveurs

- ❖ Vos stocks sont prêts, vos équipes le sont aussi... et votre **serveur** ?
- ❖ Faites des **tests de montée en charge** pour évaluer le nombre d'internautes maximum que votre site peut supporter
- ❖ **Optimisez** les pages défaillantes (i.e. celles qui font trop de requêtes)
- ❖ Demandez à votre hébergeur de vous fournir un ou plusieurs **serveur(s) additionnel(s)**
- ❖ Et votre **vitesse** ?
- ❖ Les internautes préparent leurs achats avant les soldes, les pages visitées sont conservées dans le **cache** de leur navigateur et nécessitent moins de ressources côté serveur pour être affichées (**gain de temps et de ressources**)
- ❖ Utilisez également des **serveurs de cache HTTP** pour améliorer la vitesse de votre site

Quelques rappels sur vos droits ...

Communiquer est votre principal droit, utilisez-le **sans réserve** !

Campagnes e-mails, radio, TV, affiches publicitaires... De nombreux médias s'offrent à vous pour présenter votre offre, **fidéliser** vos **clients** et gagner le cœur de vos **prospects**.

Avant les soldes, vous pouvez tout à fait organiser des « ventes privées » ou « ventes privilèges » à condition que le terme « solde » ne soit pas utilisé et que la vente ne soit pas à perte.

Après les soldes, vous pouvez continuer la vente de vos produits au prix soldé mais sans en faire la publicité et sans ajouter d'autres chiffres que le prix de vente.

...et vos devoirs

Anticiper est le mot d'ordre à retenir pour respecter la loi et **optimiser vos ventes** :

- Proposer à la vente au moins **1 mois** en avance les futurs produits soldés, et ne pas modifier les prix de référence durant ce mois
- Gérer le stock en amont car le **réapprovisionnement** est **interdit**
- Afficher le **prix de référence** en plus du **prix soldé** sur les pages produits
- Indiquer systématiquement la **date de début** des soldes ainsi que les **produits concernés** sur tous vos supports de communication
- Garder en tête que toutes **les lois** relatives à l'échange ou au remboursement (délai de rétractation) **restent valables** pendant les soldes

Les soldes sont conçus pour permettre **l'écoulement des stocks** avant l'arrivée des nouvelles collections

Sommaire

Introduction

1. Baromètre Altics 2010-2013

- > L'évolution du comportement en période de solde
- > Plus de 150 répondants nous livrent leurs astuces

2. Bonnes pratiques pour réussir vos soldes

- > Le bon rythme pour vos actions
- > La bonne utilisation des soldes flottants

3. Guide pratique pour vous préparer

- > Serveur et vitesse de site
- > Éclairage sur la loi

Conclusion

Conclusion

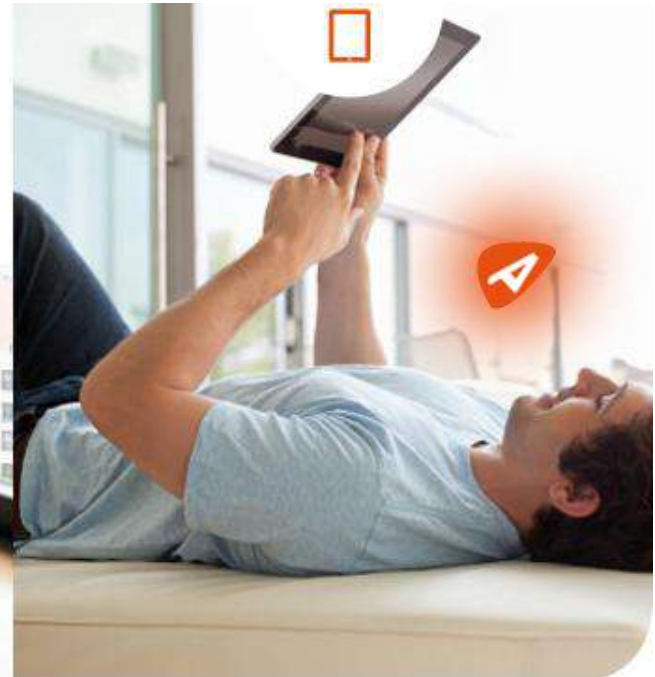
Il est essentiel de bien **préparer** vos soldes pour qu'elles soient une réussite. Le **rythme des actions** engagées constitue un élément clé de cette réussite, ainsi que la mise en place des bonnes pratiques pour diminuer l'abandon et booster vos ventes !

On observe que pendant les soldes, les internautes sont plus réceptifs aux messages des e-commerçants cependant ils sont également beaucoup plus sollicités. Pour faire la différence, il vous faudra de plus en plus afficher **une vraie valeur ajoutée**: un service en plus, amener le bon produit à la bonne personne etc...

Ainsi nous pensons qu'il réside un vrai potentiel dans le **ciblage** et la **personnalisation** de vos communications et contenus.

Action qui est doublement positive car elle permet de **maîtriser le ROI** des actions engagées, ce qui représente un axe essentiel dans le contexte économique actuel.





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



Schneider
Electric

TOUPARGEL

King Jouet
Précédé de plusieurs autres partenaires

Carrefour

RAJA
INTÉGRATION DE L'EMBALLAGE

INTERFLORA

CIMALP

KOT

YVES ROCHER

april

MARKS &
SPENCER

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

