

Performance emailing : sortez vainqueur !

Secteur sport

Septembre 2011



6 e-mailings testés en laboratoire Eye tracking



Partenaire de l'étude :

emailvision 

ALTICS
User Analyst

Lyon, le 14 septembre



Il va y avoir du sport !

Pour la cinquième fois, l'équipe d'Altics s'intéresse à l'e-mailing. 6 emailings du secteur sport sont passés au crible par une dizaine d'e-shoppers dans nos laboratoires de test, en partenariat avec EmailVision.

Découvrez ce qui est vu

Via la technologie Eye tracking, observez tout au long de cette étude les parcours des e-shoppers, et découvrez ce qui est réellement vu ou ignoré. Vous saurez ainsi comment capter l'attention et mettre en valeur votre contenu pour favoriser le clic.

Vendez plus grâce aux bonnes pratiques

Convaincre d'ouvrir l'emailing. Séduire avec du dynamisme, mettre en situation vos sportifs, apporter une gamme de produits pour tous, aller à l'essentiel....

Mettez du sport dans vos newsletters !

Vous souhaitez optimiser votre e-merchandising et être le premier sur la ligne d'arrivée ? Cette étude s'adresse à vous!

La Team Altics vous souhaite une agréable lecture et de bonnes ventes !

Emilie Biela & Charlotte Salvo, Pôle Etudes



Contactez Olivier Marx
ou Emilie Biela au
04 72 76 94 00
commercial@altics.fr

ALTICS
Agence e-Commerce
PARIS - LYON



emailvision 

Quelles sont les bonnes pratiques pour vendre au mieux des articles de Sport sur internet ? Que regardent vraiment les internautes ? Comment booster la performance de vos campagnes emailing dans le secteur du « Sport »?

Vous devez d'abord favoriser la décision d'ouverture grâce à des objets percutants. Cela ne s'arrête pas à l'ouverture du message, il vous faut ensuite susciter le plaisir et l'envie en allant à l'essentiel et en essayant de projeter au maximum l'e-shoppeur dans l'univers sportif. Soyez transparent avec les internautes, mettez en avant les prix et les produits!

Nous sommes heureux d'être associés à cette étude qui propose un aperçu des meilleures pratiques d'optimisation de vos campagnes. Cette étude soulève également la question autour du choix des outils à mettre en place auprès de vos e-shoppeur afin que vos prochaines campagnes d'emailing soient lues par le plus grand nombre. Découvrez comment mettre au mieux en valeur votre newsletter!

En vous souhaitant une bonne et instructive lecture !

Ziad Nakad, Directeur Service Client EMAILVISION

1. Introduction

- > Méthodologie
- > Soyez sport !
- > Les 8 points clés de l'étude

2. Favorisez la décision d'ouverture

- > Nos 4 conseils pour optimiser vos objets

3. Optimisez l'e-merchandising de vos emailings

- > Travaillez l'apparence

Donnez du dynamisme à vos emailings
Mettez vos athlètes en actions
Restez dans les lignes, allez à l'essentiel

- > Proposez un contenu incitatif

Mettez en avant vos produits
Dépassez vos adversaires, apportez du prix
Soyez fair play, proposez des articles pour tous

4. Conclusion

Introduction

ALTICS | 04 72 76 94 00 | commercial@altics.fr

Introduction

- > Méthodologie
 - > Démarche d'investigation
 - > Entonnoir de conversion
 - > Croisement de données
- > Soyez sport !
- > Les 8 points clés de l'étude

◆ Démarche d'investigation

10 utilisateurs ont été recrutés pour cette étude. Ils ont été accueillis individuellement par une consultante ergonomiste dans notre laboratoire de tests. Durant 30 minutes l'utilisateur a complété chacune des 4 étapes détaillées.

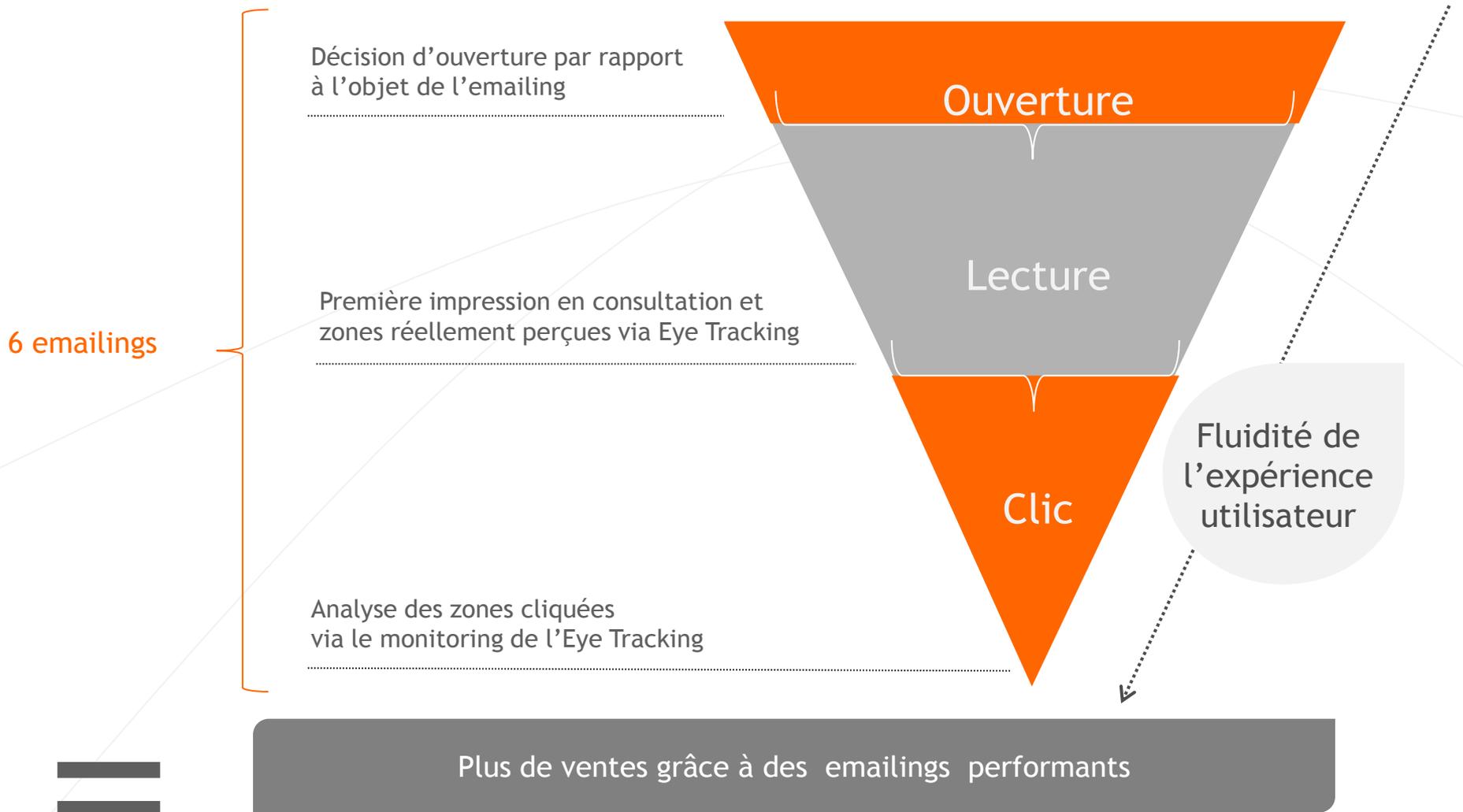
Les 10 participants ont visionné 6 emailings

Les 4 phases du test utilisateur :

1. L'utilisateur évalue l'objet et indique sa décision d'ouverture: j'ouvre, j'ouvrirai mais plus tard ou je n'ouvre pas
2. Il consulte ensuite l'emailing.
3. Il évalue sur une échelle de 0 à 10 le contenu et l'apparence de chaque emailing.
4. Un débriefing est ensuite effectué sur chacun des emailings présentés.

Entonnoir de conversion

Entonnoir de conversion de l'emailing



♥ Croisement de données

Les utilisateurs ont parcouru les trois étapes clés. Ils ont exprimé leurs attentes et avis à travers différentes méthodes de recueil de données : le scoring (attribution de notes), l'Eye tracking et l'interview.

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

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

Ex :  correspond à des données issues de l'eye tracking.

Croisement des méthodes de recueil de données :

	Audit	Scoring	Tests utilisateurs	
			Eye tracking 	Interview 
		10 utilisateurs		
Ouverture				✓
Lecture	✓	✓	✓	✓
Clic			✓	✓

Présentation des emailings étudiés

Les 6 emailings sont :

- Adidas
- Décathlon
- Intersport
- Nike
- Oxbow
- Rip curl



Conventions graphiques

« Propos recueillis durant
l'entretien individuel »

7,6/10



Utilisateurs

Interface

Conseils

Extraits de propos recueillis lors des
tests utilisateurs Eye Trackés

Scoring obtenu
(évaluation de l'apparence et du contenu de
l'emailing)

Clic d'un utilisateur sur l'écran

Constats relatifs aux tests utilisateurs

Constats relatifs à l'audit

Recommandations

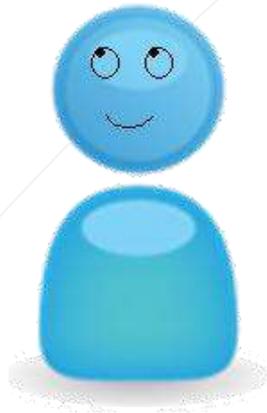
Introduction

- > Méthodologie
 - > Démarche d'investigation
 - > Entonnoir de conversion
 - > Croisement de données
- > Soyez sport !
- > Les 5 points clés de l'étude

Soyez sport!

« Je ne veux pas que les produits soient bien tous alignés, il faut du dynamisme ! »

« je veux des visuels en mouvement, des mises en scène »



La performance e-commerce est une affaire de contexte...

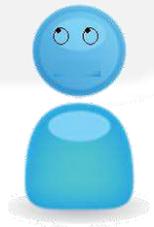
Vendre des articles de sport grâce au canal emailing ne s'invente pas!

Pensez à faire transpirer vos newsletters de dynamisme, soyez fair play en proposant des articles pour tous & faites en sorte que vos utilisateurs puissent se projeter !

N'oubliez que vos performances passent par l'affichage de prix et des articles mis en avant et soyez le premier sur la ligne d'arrivée !

Les 8 points clés de l'étude

1. Décathlon, vainqueur de l'emailing sportif
2. Un objet court et dynamique favorise l'ouverture
3. Nike un emailing jugé sportif servi par une couleur vive
4. Rip Curl, des visuels humains qui attirent le regard
5. Décathlon une mise en situation qui projette les e-shoppers
6. Intersport une grande zone de texte ignorée
7. Oxbow des visuels peu mis en valeur qui ne retiennent pas l'attention
8. Des prix globalement jugés absents



Favorisez la décision d'ouverture

Nos 4 conseils pour optimiser vos objets

Intégrez de la temporalité

Privilégiez les objets courts

Ajoutez du dynamisme à vos objets

Annoncez des réductions



Privilégiez les objets courts



Expéditeur	Objet	Nombre d'ouvertures
Décathlon	Bonjour AURELIEN, Profitez vite des petits prix de l'été	7*

VS

Intersport	Et hop, les soldes !	10*
------------	----------------------	-----

* Sur 10 participants

 INTERSPORT

Court

Rapide

Simple

Dynamique

 DECATHLON

Trop long

Utilisateurs 1. Les utilisateurs apparaissent plus réceptifs aux objets courts qu'aux objets longs (pour une même offre > soldes)

2. Un objet court est jugé plus rapide et dynamique



Expéditeur	Objet	Nombre d'ouvertures
Adidas	Adidas NOUVEAUTES - découvre les maintenant	7*
Décathlon	Bonjour AURELIEN, Profitez vite des petits prix de l'été	7*
Intersport	Et hop , les soldes !	10*

* Sur 10 participants



« Ce qui m'incite c'est 'découvre les maintenant', ça donne l'impression d'être sur des starting blocks ! »

« 'Vite' c'est plus incitatif »

« J'aime bien le 'et hop' c'est original, ça donne une impression de mouvement, ça colle bien à une newsletter relatif au sport »

« J'ouvre car le 'hop', ça m'inspire bien, c'est sympa »

Utilisateurs

1. Des intitulés représentatifs du sport pour les utilisateurs grâce à des termes relatifs au mouvement & au temporel

2. Des objets qui entraînent un taux d'ouvertures supérieur à la moyenne



Ajoutez de la temporalité



Expéditeur	Objet	Nombre d'ouvertures immédiates
Arnaud de Myripcurlshop	Découvre la nouvelle collection Rip Curl Men	4*

VS

Adidas	Adidas NOUVEAUTES - découvre les maintenant	7*
--------	---	----



« L'objet de Rip Curl, je sais pas je le trouve fade il m'inspire pas »

« C'est pas assez incitatif »

« C'est même pas par rapport aux hommes, non je ne sais pas je le trouve plat »

« C'est agicheur »

« Il donne plus envie »

« La nouveauté c'est attractif »

« Je sais pas, le fait qu'il y ait écrit 'maintenant' ça m'incite plus »

Utilisateurs

1. Les deux objets présentent la même offre, Nouveautés ou Nouvelle collection.
2. Celui d'Adidas est pourtant jugé plus incitatif
3. 'Maintenant' un terme qui ajoute une temporalité à l'offre et favorise l'ouverture



Annoncez des réductions pour favoriser l'ouverture



Expéditeur	Objet	Nombre d'ouvertures	Nombre d'ouvertures grâce aux soldes
Oxbow	La Nouvelle collection à l'honneur...et toujours des soldes	7*	6
Nike	Présentation de la Nike Lunarglide+3 & soldes d'été	9*	5

* Sur 10 participants

Utilisateurs

1. Pour Oxbow, 6 utilisateurs ont invoqué la présence de soldes dans leur décision d'ouverture, 2 seulement ont évoqué « la nouvelle collection »

2. Pour Nike, 5 e-shoppers ont précisé que leur décision d'ouverture était due aux soldes, contre 4 curieux de découvrir la LunarGlide.

> La présence de réduction apparaît plus incitative



« J'ouvre par rapport aux soldes »

« Les soldes c'est évident, la Lunarglide je sais pas ce que c'est »

« J'ouvre car ils annoncent des soldes. Oui la nouvelle collection c'est bien aussi, mais c'est surtout par rapport aux soldes »

Etudes Newsletters eCommerce

Etude Maison et Jardins

Etude Newsletters e-commerce

Etude Newsletters et Soldes

Etude Campagnes Emailing

A télécharger sur altics.fr

Newsletters
Maison et Jardins



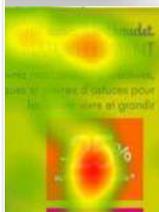
Newsletters
e-Commerce



Newsletters
E-Commerce



Campagnes
E-mailing



Optimisez l'e-merchandising de vos emailings

Optimisez l'e-merchandising de vos emailings

- > Travaillez l'apparence
 - Donnez du dynamisme à vos emailings
 - Mettez vos athlètes en actions
 - Restez dans les lignes, allez à l'essentiel
- > Proposez un contenu incitatif

Donner du dynamisme à vos newsletters

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques



Oxbow > Une newsletter atone qui déçoit



« C'est beaucoup trop sombre, c'est fade, ça fait pas très sport, et en plus on voit pas les produits»

Christina, 29 ans

« C'est triste et en plus on distingue mal les personnages. L'aspect graphique ne me donne pas envie de voir le reste»

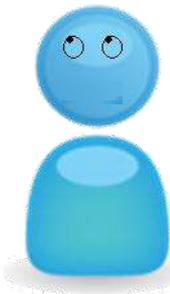
Fatima, 19 ans

« C'est trop sombre en plus la nouvelle collection automne hiver ça inspire plus la montagne, le snow, ce qui n'est pas présenté ici»

Yann, 29 ans

Utilisateurs

1. Une newsletter jugée trop sombre pour la moitié des utilisateurs
2. Un aspect graphique qui attriste la newsletter, jugé peu adapté au sport





OXBOW SHOP BUY ONLINE

HOMME FEMME ENFANT BAGAGES ACCESSOIRES **BONS PLANS**

Rdv dans nos boutiques!

HAPPY HOURS

Ce soir de 18h à minuit

10€ OFFERTS*

avec le code HHWE04

Livraison 4 à 6 jours Satisfait ou remboursé Paiement sécurisé Oxbow Member Card 12 boutiques en France Guide des tailles

> Découvrez Oxbowworld > Devenez fan sur facebook > Retrouvez-nous sur youtube

OXBOW SHOP BUY ONLINE

HOMME FEMME ENFANT BAGAGES ACCESSOIRES **BONS PLANS**

1 SAC ACHETÉ = 1 DVD OFFERT!

TACOMA 55€ TORUN 48€ TULCAN 39€ DENOY 29€

TURNHOUT 55€ DUMFRIES 27€ TERAMO 39€ TOLEDE 55€

TOUTE LA COLLECTION SAC À DOS

TENDANCES DE LA RENTRÉE

JARETH 29€	JACK 65€	JASIM 55€
JOEY 59€	JEB 65€	JORDON 65€
DENOY 29€	TERAMO 39€	TACOMA 55€

Livraison 4 à 6 jours Satisfait ou remboursé Paiement sécurisé Oxbow Member Card 12 boutiques en France Guide des tailles

> Découvrez Oxbowworld > Devenez fan sur facebook > Retrouvez-nous sur youtube

Une ambiance graphique trop sombre

Une rupture graphique (noir / blanc) agressive



Intersport > Une organisation jugée 'fade' & 'figée'



« C'est basique on dirait un prospectus de boîte aux lettres »

Arnaud, 39 ans

Cher(e) client(e),

Et hop ! Les soldes !

-40% sur le matériel et le sportswear, des centaines de produits à moins de 10€, moins de 20€ et moins de 30€.

Et pour vous, les frais de port (Colissimo) sont offerts dès 40 euros d'achats.

Votre code avantage à saisir dans votre panier : **soldes11**

Valable jusqu'au 26 juillet 2011.

Alors, à vos démarques prêt, partez !

L'équipe INTERSPORT

LES MARQUES Toutes les marques à prix barrés	MOINS DE 20€ Voir les soldes à - de 20€	MOINS DE 10€ Voir les soldes à - de 10€
 <p>14,95 € 9,00 € MAILLOT PARK III NIKE</p>	 <p>29,95 € 18,00 € JR NIKE PARK II NIKE</p>	 <p>5,95 € 3,50 € BG 100 PRO TOUCH</p>
 <p>69,95 € 42,00 € REFLEX TEAM BABOLAT</p>	 <p>15,95 € 10,00 € TOUR 200 MC KINLEY</p>	 <p>10,95 € 7,00 € BALL BASKET PRO TOUCH</p>
 <p>55,00 € 33,00 € PEIGNOIR JR UMBRO</p>	 <p>29,95 € 18,00 € SURVETEMENT PRO TOUCH</p>	 <p>12,00 € 7,00 € PANTALON KIMON</p>

> j'en profite

Apparence
5 / 10

« C'est lourd, ça fait bloc, le texte, le tableau, c'est trop droit, trop scolaire, il n'y a rien d'attirant. »

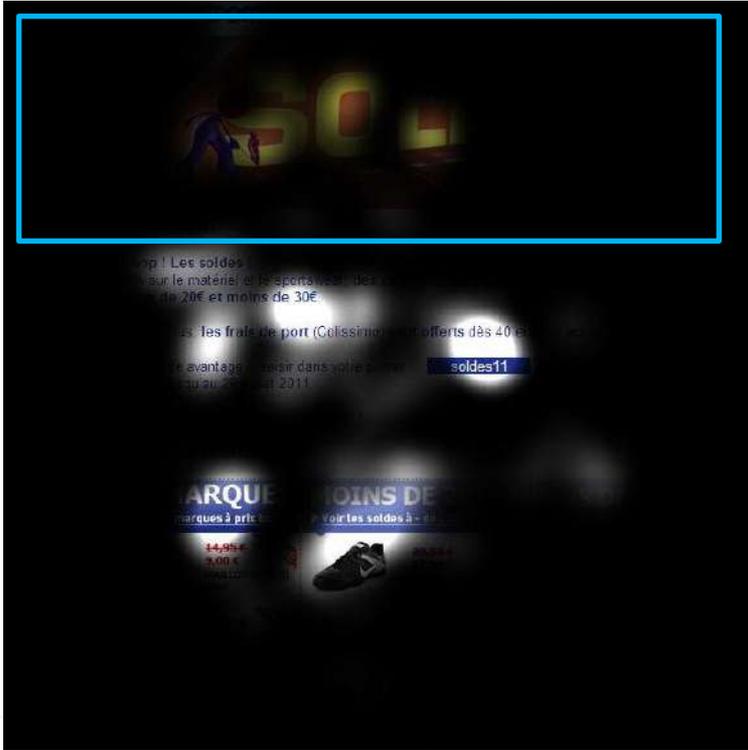
Sandrine, 35 ans

« Elle est trop fade. Tous les éléments sont figés, ont a du mal à rentrer dedans. On dirait un stagiaire qui a fait cette newsletter »

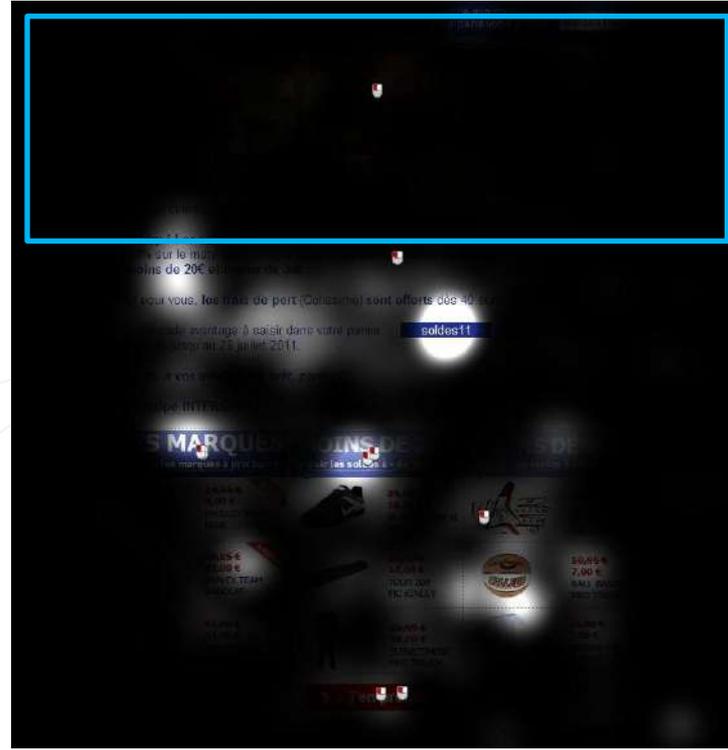
Yann, 29 ans



Intersport > Une organisation qui attire peu le regard



2 secondes



1 Temps global

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides

Utilisateurs

1. Un haut de page ignoré par la majorité des utilisateurs

2. Une organisation en bloc (texte & tableau) qui manque de dynamisme et ne capte pas véritablement l'attention des utilisateurs

Donner du dynamisme à vos newsletters

Les mauvaises pratiques | **Les bonnes pratiques**



« La couleur attire et donne envie »
Fatima, 19 ans

« Le vert donne du pep's à la newsletter, ça vitalise ! »
Didier, 37 ans

« La couleur dynamise la newsletter »
Arnaud, 39 ans

« Le vert, ici, met davantage en avant le produit, ça flash ! »
Sébastien, 39 ans

- Utilisateurs
1. Une couleur qui dynamise et met en valeur le produit
 2. Un élément qui a son importance puisqu'il est cité en priorité par les utilisateurs



Nike > Une apparence travaillée au service du produit



2 secondes

Temps global

Utilisateurs

1. Une couleur flashy au service de l'emailing qui capte le regard des utilisateurs

=> Une offre principale parcourue entièrement

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides

Mettez vos athlètes en action

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques



« Les quatre individus sont un peu effacés du coup les produits ne donnent pas envie »

Arnaud, 39 ans

« Ils ne bougent pas et fixent l'objectif, ça fait trop posé. C'est pas fun, c'est pas sport, même pour du streetwear »

Sébastien, 39 ans

« On est trop dans le quotidien... »

Sandrine, 35 ans

« Cela ne fait pas très sport, on dirait plus du H&M ou du Célio »

Amandine, 31 ans

« Là je ne me dis pas que si je porte du Oxbow je vais être cool ! »



Des produits disposés tels quels

Pas de mise en scène

Des utilisateurs qui ne peuvent pas se projeter ni se représenter le produit en situation réelle

The screenshot shows the Adidas France website with a navigation bar containing 'HOMMES | FEMMES | ENFANTS | SPORTS | ORIGINALS' and a 'BOUTIQUE EN LIGNE' button. The main banner features the text 'PLUS DE NOUVEAUX PRODUITS!' and 'CURIEUX? >>'. Below the banner are three product categories: 'HOMMES PERFORMANCE' (Supernova Sleeveless Tee, Supernova Sequence 4), 'FEMMES ORIGINALS' (Femmes Black Stripe Tank, Femmes Midiru Court Mid), and 'HOMMES ORIGINALS' (Hommes Graphic Tee, Hommes ZX 700). Each category includes images of clothing and shoes, and a 'ACHETER MAINTENANT >>' button. At the bottom, a red banner reads 'soldes adidas! jusqu'à 50 %!'. The footer contains links for 'Envoyer à un ami adidas eNewsletters', 'Nous contacter inscription', 'Magasins adidas Mettre à jour vos informations', and 'Vos informations personnelles Désabonnez-vous ici'.

Mettez vos athlètes en action

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques

Rip curl > Un visuel humain qui attire le regard



Si vous ne parvenez pas à lire correctement ce message, consultez notre [version en ligne](#).

MEN GIRLS KIDS ACCESSOIRES UNIVERS BONS PLANS

LA NOUVELLE COLLECTION EST ARRIVÉE !
→ DÉCOUVRIR

UNE QUESTION ? **LIVRAISON OFFERTE !**

Contactez notre service clientèle :

01 47 48 77 73 PAR MAIL

Du lundi au samedi de 10h à 18h
Prix d'un appel local

Livraison standard offerte
DÈS 49 € D'ACHATS

Livraison express offerte
DÈS 89 € D'ACHATS

Vous recevez ce message parce que vous nous avez communiqué votre adresse e-mail.
A tout moment, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (Article 34 de la loi Informatique et Libertés du 6 Janvier 1978).
Vous pouvez vous désinscrire de la newsletter en suivant ce lien : [Se désinscrire](#)

Si vous ne parvenez pas à lire correctement ce message, consultez notre [version en ligne](#).

MEN GIRLS KIDS ACCESSOIRES UNIVERS BONS PLANS

LA NOUVELLE COLLECTION EST ARRIVÉE !
→ DÉCOUVRIR

UNE QUESTION ? **LIVRAISON OFFERTE !**

Contactez notre service clientèle :

01 47 48 77 73 PAR MAIL

Du lundi au samedi de 10h à 18h
Prix d'un appel local

Livraison standard offerte
DÈS 49 € D'ACHATS

Livraison express offerte
DÈS 89 € D'ACHATS

Vous recevez ce message parce que vous nous avez communiqué votre adresse e-mail.
A tout moment, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (Article 34 de la loi Informatique et Libertés du 6 Janvier 1978).
Vous pouvez vous désinscrire de la newsletter en suivant ce lien : [Se désinscrire](#)

Conseil

Mettez en avant des visuels humains dans vos emailings, captez le regard de vos utilisateurs

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides



Décathlon > Une mise en contexte qui séduit



Pour un affichage optimisé, suivez ce lien
Pour répondre à ce message, merci d'utiliser le lien DA@decathlon.fr votre @copie!
Pour garantir la bonne réception, pensez à ajouter service_client@decathlon.com à votre carnet d'adresses!

DECATHLON Se connecter à mon magasin Mon compte en ligne Ma carte de fidélité

ACCUEIL SPORTS VETEMENTS CHAUSSURES ACCESSOIRES **SOLDES**

DÉCOUVRIR TOUTE LA SÉLECTION

LES SOLDES TRIBORD

CHEMISE FEMME
CR100 BLANCHE
TRIBORD
DESIGNED BY WATER
14,00 € **5,00 €**
J'EN PROFITE

TONGUES HOMME
500 EVA MARRON
TRIBORD
DESIGNED BY WATER
10,95 € **4,00 €**
J'EN PROFITE

« C'est l'image qui prime, ça met bien en valeur les produits et ça donne envie »

Fatima, 19 ans

« Cela donne plus d'identité au produit, et ça rappelle la marque. Décathlon a un esprit famille »

Sandrine, 35 ans

« Le haut de page correspond à la newsletter que j'attends avec une mise en situation des articles »

Sébastien, 26 ans

Apparence
7,5/10

Utilisateurs 1. Une mise en situation plébiscitée par la majorité des utilisateurs

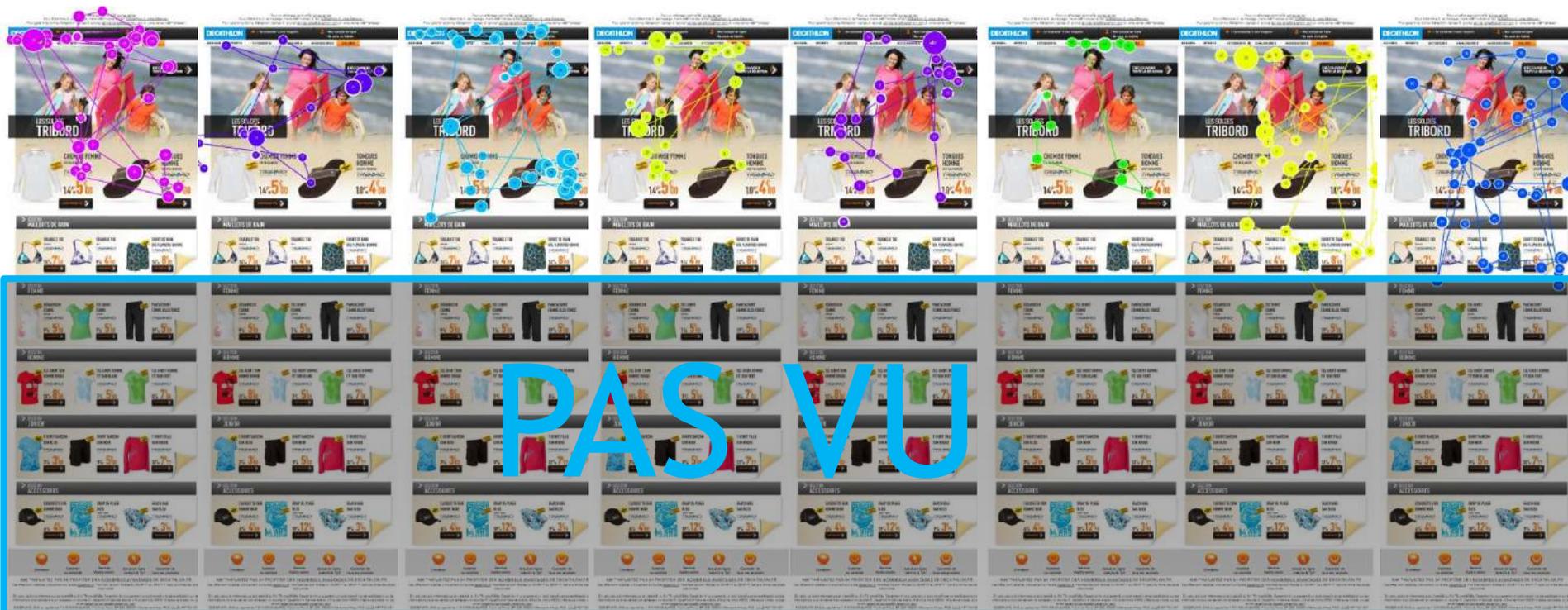
=> Une vraie valeur ajoutée

Restez dans les lignes, allez à l'essentiel

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques



Décathlon > Une newsletter jugée trop longue à 50% ignorée



Utilisateurs

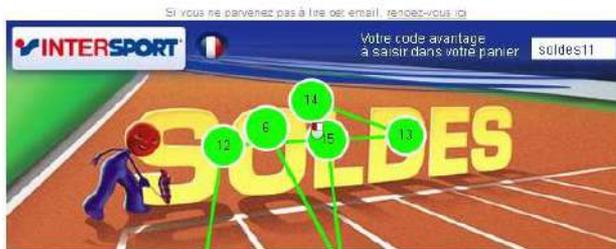
1. Une newsletter scrollée par seulement 20% des utilisateurs

2. Un haut de page suffisant pour les utilisateurs

« Je n'ai pas pensé à descendre, pour moi tout était là, il n'y avait pas besoin de plus. La newsletter est faite pour qu'elle soit concise et rapide »

Yann, 29 ans

Intersport > Une masse de texte inutile (1)



Cher(e) client(e),

Et hop ! Les soldes !
40% sur le matériel et le sportswear, des centaines de produits à moins de 10€, moins de 20€ et moins de 30€.

Et pour vous, les frais de port (Colissimo) sont offerts dès 40 euros d'achats.

Votre code avantage à saisir dans votre panier est : **soldest11**
Valable jusqu'au 26 juillet 2011.

Alors, à vos démarques prêt, partez !

L'équipe INTERSPORT

Cher(e) client(e),

Et hop ! Les soldes !
40% sur le matériel et le sportswear, des centaines de produits à moins de 10€, moins de 20€ et moins de 30€.

Et pour vous, les frais de port (Colissimo) sont offerts dès 40 euros d'achats.

Votre code avantage à saisir dans votre panier est : **soldest11**
Valable jusqu'au 26 juillet 2011.

Alors, à vos démarques prêt, partez !

L'équipe INTERSPORT

Conseil

Evitez les zones de texte trop importantes, « l'internaute parcourt mais ne lit pas »



Si vous ne souhaitez plus recevoir d'emails de notre part, vous pouvez vous rendre [sur cette page](#).

Si vous ne souhaitez plus recevoir d'emails de notre part, vous pouvez vous rendre [sur cette page](#).

Utilisateurs

1. Les chemins visuels des utilisateurs montrent que le texte a été partiellement parcouru sans être lu
2. Seule l'information principale, le code de réduction, retient leur attention (point de fixation globalement plus grand sur l'ensemble des gazeplot)



Cher client,

C'est la rentrée des marques à prix gagnant !

Intersport a sélectionné pour vous le meilleur du matériel, de la chaussure et du sportswear **parmi les plus grandes marques !**

Jusqu'à -50% sur les essentiels de la rentrée.

Et pour vous, **les frais de port (Colissimo) sont offerts** dès 40 euros d'achats.

Votre code avantage à saisir dans votre panier :

Valable jusqu'au 3 septembre 2011.

Alors, en avant pour une rentrée sportive sur intersport.fr !

L'équipe INTERSPORT

Teambag Clubline Junior
INTERSPORT
7€



-40%



~~44€95~~
8€95
Ballon Adidas

-50%



~~31,95€ - 15,95€~~
SHOOT II JUNIOR AIRNESS

~~29€95~~
19€95
Puntero VI Adidas

-33%



9€95

Raquette Kiddy Tecno Pro

-20%



~~49€95~~
39€95

Bombe aeration Sierra

> j'en profite

Si vous ne souhaitez plus recevoir d'emails de notre part, vous pouvez vous rendre [sur cette page](#)

Restez dans les lignes, allez à l'essentiel

Les mauvaises pratiques | **Les bonnes pratiques**



Adidas > Un emailing concis qui va à l'essentiel



« C'est percutant, on voit tout, tout de suite, on y passe pas des heures »

Sébastien, 26 ans

« Il y a tout ce qu'il faut d'un premier coup de d'œil »

Arnaud, 39 ans

« Un bon format bien délimité, des éléments bien répartis, c'est rapide »

Christina, 29 ans

« Pour moi ça sert à rien qu'elle soit trop grande, elle doit s'afficher sur un écran normal »

Yann, 29 ans

Apparence
6,8/10

Utilisateurs

Un format court qui convient aux sportifs souhaitant une accroche rapide

Optimisez l'e-merchandising de vos emailings

- > Travaillez l'apparence

- > Proposez un contenu incitatif

Mettez en avant vos produits

Dépassez vos adversaires apportez du prix

Soyez fair-play, présentez des articles pour tous

6 Sites de Bijoux en ligne Eye Trackés

Bijoux



Livre rose - 60 pages d'accueil analysées

Livre rose



Soldes e-Commerce prêt-à-porter

Soldes e-Commerce prêt-à-porter



Tunnel d'achat e-Commerce

Tunnel d'achat e-Commerce



A télécharger sur altics.fr



Mettez en avant vos produits

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques



Rip curl > Des produits peu mis en valeur ignorés



Si vous ne parvenez pas à lire correctement ce message, consultez notre [version en ligne](#).

MY RIP CURL SHOP.COM

MEN GIRLS KIDS ACCESSOIRES UNIFORMS BONS PLANS

LA NOUVELLE COLLECTION EST ARRIVÉE !
→ DÉCOUVRIR

UNE QUESTION ? **LIVRAISON OFFERTE !**

Contactez notre service clientèle :

☎ 01 47 48 77 73 ✉ PAR MAIL

Du lundi au samedi de 10h à 18h
Prix d'un appel local

Vous recevez ce message parce que vous nous avez communiqué votre adresse e-mail. A tout moment, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (Article 34 de la loi Informatique et Libertés du 6 Janvier 1978). Vous pouvez vous désinscrire de la newsletter en suivant ce lien : [Se désinscrire](#)

MY RIP CURL SHOP.COM

MEN GIRLS KIDS ACCESSOIRES UNIFORMS BONS PLANS

LA NOUVELLE COLLECTION EST ARRIVÉE !
→ DÉCOUVRIR

UNE QUESTION ? **LIVRAISON OFFERTE !**

Contactez notre service clientèle :

☎ 01 47 48 77 73 ✉ PAR MAIL

Du lundi au samedi de 10h à 18h
Prix d'un appel local

Vous recevez ce message parce que vous nous avez communiqué votre adresse e-mail. A tout moment, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (Article 34 de la loi Informatique et Libertés du 6 Janvier 1978). Vous pouvez vous désinscrire de la newsletter en suivant ce lien : [Se désinscrire](#)

I Temps global

Utilisateurs

1. Des vêtements globalement ignorés par les utilisateurs au regard de la carte d'occultation

=> Des produits peu mis en valeur

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides



Rip curl > Un manque de visuels produits qui dérouté



« C'est vraiment pauvre en contenu, clairement les vêtements de la nouvelle collection j'avais même pas compris qu'ils étaient présentés sur le personnage »

Fatima, 19 ans

« La nouvelle collection est pas mise en avant, c'est pas clair, il n'y a que ceux sur le modèle et en plus on ne les voit pas »

Arnaud, 39 ans

« On ne sait pas ce qu'ils vendent »

Sandrine, 35 ans

« Il n'y a pas de mise en valeur du produit, l'image est bien mais il n'y a pas de descriptif autour, ça ne me parle pas »

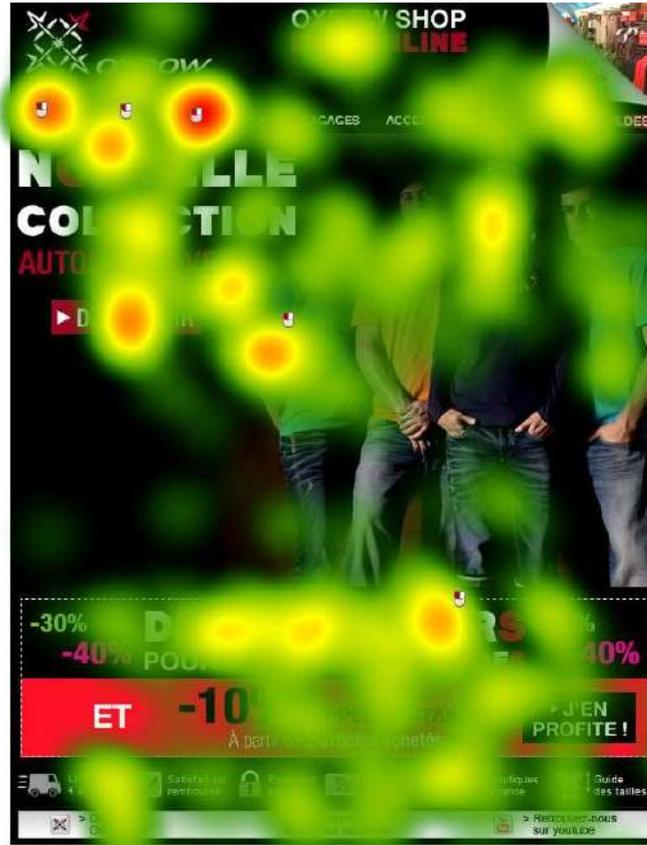
Yann, 29 ans

Conseil

Ajoutez des visuels produits au côté de la mise en situation pour apporter une meilleure représentation de ces derniers à vos e shoppeurs



Oxbow > Une nouvelle collection qui manquent d'attrait



« C'est beaucoup trop classique, des jeans et des t-shirts, bof... en plus parfois on ne voit même pas la marque »
Amandine, 31 ans

« Cela se répète c'est que des jeans et des t-shirts. C'est toujours la même chose et c'est pas attrayant »
Fatima, 19 ans

« C'est beaucoup trop basique et c'est toujours la même chose, il n'y a pas de diversité. Ça ne me donne pas trop envie »
Didier, 37 ans

Utilisateurs

1. Une présentation de la nouvelle collection qui suscite peu d'intérêt (heat map)
2. Des utilisateurs qui dénoncent un choix de produits trop restreint (jean et t-shirt)

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides

Mettez en avant vos produits

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques



Pour un affichage optimisé, suivez ce lien
Pour répondre à ce message, merci d'utiliser le lien DA@decathlon.com votre compte !
Pour garantir la bonne réception, pensez à ajouter service_client@decathlon.com à votre carnet d'adresses !

The screenshot shows the Decathlon website interface. At the top, there's a navigation bar with the Decathlon logo and links for 'Se connecter à mon magasin' and 'Mon compte en ligne'. Below this is a menu with categories: ACCUEIL, SPORTS, VETEMENTS, CHAUSSURES, ACCESSOIRES, and SOLDES (highlighted). The main content area features a large banner image of a family (mother and two children) on a beach with surfboards. A button 'DÉCOUVRIR TOUTE LA SÉLECTION' is overlaid on the right. Below the banner, there's a section titled 'LES SOLDES TRIBORD'. It displays two products: a white women's shirt (CHEMISE FEMME CR100 BLANCHE) and brown flip-flops (TONGUES HOMME 500 EVA MARRON). Both products have a 'SOLDES' tag and a price reduction from 14.95€ to 5.00€ and 10.95€ to 4.00€ respectively. 'J'EN PROFITE' buttons are at the bottom of each product card.

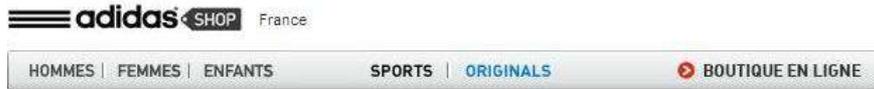
Une mise en situation qui plonge l'utilisateur dans une ambiance à laquelle il peut s'identifier

Une présentation seule du produit pour une meilleure visibilité

> Un contenu plus incitatif



Adidas > Une nouvelle collection diversifiée



PLUS DE **NOUVEAUX** PRODUITS!

HOMMES ZEITFREI MID HP **FEMMES ADISTAR RIDE 3** **ENFANTS F10 TRX TF** **CURIEUX? >>**

HOMMES PERFORMANCE Supernova Sleeveless Tee Supernova Sequence 4 **ACHETER MAINTENANT >>**

FEMMES ORIGINALS Femmes Black Stripe Tank Femmes Midiru Court Mid **ACHETER MAINTENANT >>**

HOMMES ORIGINALS Hommes Graphic Tee Hommes ZX 700 **ACHETER MAINTENANT >>**

soldes adidas! jusqu'à 50%!

Envoyer à un ami | Nous contacter | Magasins adidas | Vos informations personnelles
 adidas eNewsletters: Inscription | Mettre à jour vos informations | Désabonnez-vous ici

« C'est beaucoup plus diversifié »
 Christina, 29 ans

« Dans celle là il y a plus de choix, on a une vision plus large de la nouvelle collection »
 Sandrine, 35 ans

« On a une variété de produits, ça donne plus envie de voir le reste. Le contenu est plus alléchant »
 Sébastien, 26 ans

« Le fait qu'on ait plus de choix c'est plus attirant, c'est comme ça »
 Amandine, 31 ans

Conseil Variez les produits au sein d'une même offre, attirez vos utilisateurs

Dépassez vos adversaires apportez du prix

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques



Nike > Où sont les prix ?



NikeStore Femme Homme Fille Garçon NIKE iD Déstockage

METTEZ LA DISTANCE DE VOTRE CÔTÉ

LA LUNARGLIDE+3

VOIR LA COLLECTION LUNARGLIDE+3

PERSONNALISER AVEC NIKE iD

LES NOUVEAUX STYLES DE LA SAISON Découvrez la collection

SOLDES
JUSQU'À 50% DE RÉDUCTION
VOIR LA COLLECTION

STREETGATO iD
LES JOUEURS DE RUE DOMINANT
POUR UN JEU PERSONNALISÉ

NIKE iD
CRÉEZ LE VÔTRE
COMMENCEZ À PERSONNALISER MAINTENANT

LES MIEUX CÔTÉS
VOIR LES FAVORIS DES MEMBRES NIKE

NOUVEAUTÉS
VOIR LA TENDANCE

PRIX RÉDUIT
VOIR LES MEILLEURES VENTES DE LA SEMAINE

AIDE
FAQs
Trouver un magasin
Service Client

CONFIGURATION DES EMAILS
Annuler votre inscription
Politique de confidentialité

STATUT DE VOTRE COMMANDE
Modes de paiement
Modes et frais de livraison
Pays de livraison possibles
Retours

PARTAGE CET EMAIL:
f G+ t e

Ce message vous est envoyé par NIKE Retail B.V., Colosseum 1, 1213 NL, Hilversum, Les Pays-Bas. Tous droits réservés. ©

« C'est une bonne newsletter je trouve, mais il n'y a pas de prix, c'est dommage »

Amandine, 31 ans

« Il n'y a pas de prix, donc c'est pas incitatif »

Sébastien, 39 ans

« C'est bien mais on a aucune idée de combien ça coute une LunarGlide ! »

Didier, 37 ans

Utilisateurs

Les utilisateurs regrettent l'absence de prix au coté des produits

Dépassez vos adversaires apportez du prix

Les mauvaises pratiques | **Les bonnes pratiques**

Décathlon > Des prix qui attirent tous les regards



DECATHLON

Se connecter à mon magasin

Mon compte en ligne

Ma carte de fidélité

ACCUEIL SPORTS VETEMENTS CHAUSSURES ACCESSOIRES **SOLDES**

DÉCOUVRIR TOUTE LA SÉLECTION

LES SOLDES TRIBORD

CHEMISE FEMME
CR100 BLANCHE
TRIBORD
14,90 ~~19,90~~ **5€00**
J'EN PROFITE

TONGUES HOMME
500 EVA MARRON
TRIBORD
10,95 ~~14,90~~ **4€00**
J'EN PROFITE

DECATHLON

Se connecter à mon magasin

Mon compte en ligne

Ma carte de fidélité

ACCUEIL SPORTS VETEMENTS CHAUSSURES ACCESSOIRES **SOLDES**

DÉCOUVRIR TOUTE LA SÉLECTION

SOLDES TRIBORD

CHEMISE FEMME
CR100 BLANCHE
TRIBORD
5€00

TONGUES HOMME
500 EVA MARRON
TRIBORD
4€00

I Temps global

Interface

Un affichage prix - prix barré clair et efficace

Utilisateurs

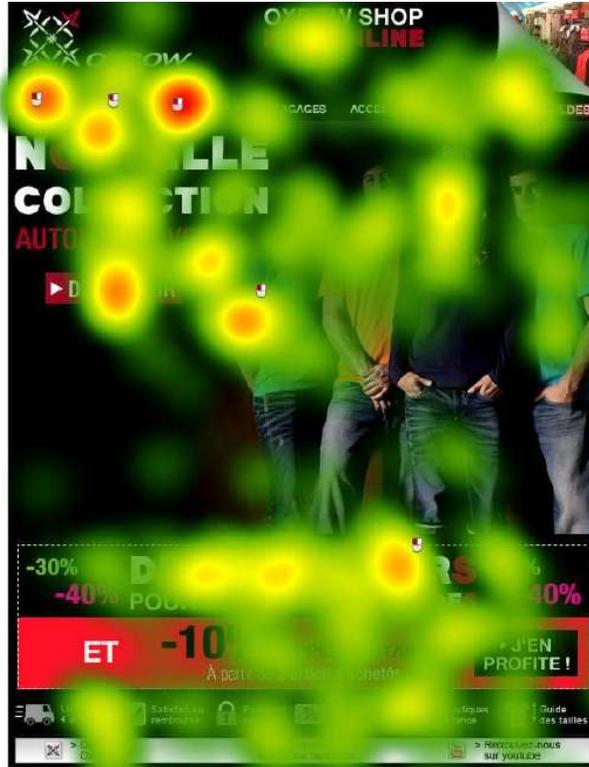
Des prix qui retiennent l'attention des utilisateurs (carte d'occultation)

Soyez fair-play, présentez des articles pour tous

Les mauvaises pratiques | Les bonnes pratiques



Oxbow > Une offre principale limitée



Utilisateurs

1. Des

utilisateurs qui regrettent la présence d'articles pour les enfants

2. Des clics essentiellement situés sur les onglets (3 sur 5) > Une offre nouvelle collection peu attrayante

3. Une forte zone d'intérêt sur l'onglet « enfant »

« En dehors du fait que les articles se ressemblent, Oxbow reste ciblé sur les hommes et les femmes. Il n'y a rien pour les enfants. »

« C'est dommage on est obligé d'aller sur les onglets pour trouver la catégorie enfant, ils ne nous montrent pas d'exemple. »



Clic d'un utilisateur sur l'écran

Soyez fair-play, présentez des articles pour tous

Les mauvaises pratiques | **Les bonnes pratiques**



« C'est vrai que je ne suis pas allée jusqu'en bas car je croyais que le newsletter s'arrêtait là, mais si on regarde le reste c'est positif car il y a des articles pour tout le monde chacun peu y trouver son bonheur »

Sandrine, 35 ans

« Il y a en fait une grande largeur d'offre. Il y en a quand même beaucoup, c'est un peu trop. Mais c'est bien qu'ils aient pensé à en mettre pour tout le monde »

Sébastien, 26 ans

« Il y a des produits pour toute la famille, ça motive davantage au clic, car s'il n'y a rien pour nous, il y a peut être quelque chose pour les proches »

Amandine, 31 ans

Utilisateurs

Des utilisateurs qui apprécient de pouvoir retrouver des produits pour toute la famille



Adidas > Une variété de produit pour tous (2)



« Ce qui est bien ici, c'est qu'on a à la fois une présentation d'articles qui sont très sport et d'autres plus cool »

Yann, 29 ans

« Les nouveautés se limitent pas à une seule catégorie, il y a des baskets, des t-shirts, des robes, de tout...»

Christina, 29 ans

« On a à la fois la gamme *performance* et la gamme *originals*... au moins ils ne visent pas une seule catégorie de personnes. C'est bien »

Didier, 37 ans

Utilisateurs

Les utilisateurs plébiscitent la présentation à la fois d'une gamme sport et plus décontractée

Conclusion

L'emailing idéale du
secteur sport



Le podium des emailings

adidas SHOP France

HOMMES | FEMMES | ENFANTS | SPORTS | ORIGINALS | BOUTIQUE EN LIGNE

PLUS DE **NOUVEAUX** PRODUITS!

HOMMES ZEPHYRUS MID HP | FEMMES ADISTAR RIDE 3 | ENFANTS F10 TRX TF

HOMMES PERFORMANCE Supernova Sleevless Tee | FEMMES ORIGINALS Black Stripe Tank | HOMMES ORIGINALS Graphic Tee

soldes adidas! jusqu'à 50 %!

DECATHLON

LES SOLDES TRIBORD

CHEMISE FEMME 14€ 5€00

TONQUES HOMME 10€ 4€00

SELECTION MAILLOTS DE BAIN

TRIANGLE 100 14€ 7€00

TRIANGLE 100 9€ 4€00

SHORT DE BAIN BIG FLOWERS HOMME 14€ 8€00

SELECTION FEMME

DEBARDEUR FEMME 9€ 5€00

TEE-SHIRT FEMME 7€ 5€00

PANTACOURT FEMME BLEU FONCE 19€ 5€00

NikeStore

METTES LA DISTANCE DE VOTRE CÔTÉ

LA LUNARGLIDE+ 3

VOIR LA COLLECTION LUNARGLIDE+3

LES NOUVEAUX STYLES DE LA SAISON

SOLDES JUSQU'A 50% DE REDUCTION

STREETGATO ID LES JOUEURS DE RUE DOMINENT

NIKEiD CRÉEZ LE VÔTRE

LES MIEUX CÔTÉS

NOUVEAUTÉS

PRIX RÉDUIT

AIDE | CONFIGURATION DES EMAILS | STATUT DE VOTRE COMMANDE | PARTAGE CET EMAIL

De message vous est envoyé par NIKE Retail B.V., Colosseum 1, 1213 NL, Hilvarem, Les Pays-Bas. Tous droits réservés. ©

2

Adidas

1

Décathlon

3

Nike



L'emailing idéale du secteur sport

« Je veux du **dynamisme** ! »

« Pas des lignes trop droites, trop verticales ou horizontales, il ne faut pas que ça soit trop figé comme un bloc avec des produits bien alignés »

« Il faut des **visuels en mouvement** »

« Dans la newsletter il faut **des mises en scène, des sportifs** ou bien que l'on puisse **voir au moins les produits portés**»

« Il faut que les **produits soient mis en avant**, qu'on puisse bien les distinguer »

« **J'ai besoin que le prix soit visible** pour que je me rende compte, c'est une information essentielle »

« C'est important qu'il y ait **de la variété** »

« **Pas trop d'offres**, pas plus de 3. Le mail doit être parcouru rapidement »

« Des produits pour tous. Il faut que tout le monde puisse s'y retrouver »

The screenshot shows the Decathlon website's 'LES SOLDES TRIBORD' section. At the top, there are navigation links for ACCUEIL, SPORTS, VETEMENTS, CHAUSSURES, ACCESSOIRES, and SOLDES. Below the navigation is a banner for 'LES SOLDES TRIBORD' featuring a family of three with surfboards. A 'DÉCOUVRIR TOUTE LA SÉLECTION' button is on the right. Below the banner are three product cards:

- CHEMISE FEMME** (CR100 BLANCHE): 14€ vs 5€00
- TONGUES HOMME** (600 EVA MAIRION): 10€ vs 4€00

Below these are two sections of swimwear:

- SÉLECTION MAILLOTS DE BAIN**:
 - TRIANGLE 100 (SAB BUBB): 14€ vs 7€49
 - TRIANGLE 100 (100): 9€ vs 4€00
 - SHORT DE BAIN (BIG FLOWERS HOMME): 14€ vs 8€00
- SÉLECTION FEMME**:
 - DÉBARDEUR FEMME (100000): 9€ vs 5€00
 - TEE-SHIRT FEMME (100100): 7€ vs 5€00
 - PANTACOURT FEMME BLEU FONCÉ: 19€ vs 5€00

Général
7,5 / 10

1. Une famille mise en situation qui projette les e-shoppers et correspond aux valeurs de l'enseigne

2. Un large gamme de produits visibles bien mis en avant

3. Des prix associés aux articles, une information jugée cruciale pour les utilisateurs

Une newsletter jugée trop longue



deathlon.fr
ACHETEZ EN LIGNE

ACCUEIL SPORTS VÊTEMENTS CHAUSSURES ACCESSOIRES BONNES AFFAIRES

LA RENTRÉE DES SPORTIFS

DÉCOUVREZ TOUS LES PRODUITS DE LA RENTRÉE

L'ensemble FEMME

- Débardeur Domyos: 9,95€ [JE CLIQUE !](#)
- Legging Domyos: 6,95€ [JE CLIQUE !](#)
- 16,90€ = 14,95€
- Sac de sport Nike 30-00E: 19,95€ [JE CLIQUE !](#)
- Chaussures Domyos: 29,95€ [JE CLIQUE !](#)

L'ensemble HOMME

- Survêtement Nike: 65,00€ -30% = 42,90€ [JE CLIQUE !](#)
- Sac de sport Nike 30-00E: 19,95€ [JE CLIQUE !](#)
- Chaussures Puma: 29,95€ [JE CLIQUE !](#)

L'ensemble FILLE

- OFFRE TRÉSOR! Survêtement Domyos: 9,95€ [JE CLIQUE !](#)
- Sac à dos Newfeel: 4,95€ [JE CLIQUE !](#)
- Chaussures Newfeel: 8,95€ [JE CLIQUE !](#)

L'ensemble GARÇON

- OFFRE TRÉSOR! Survêtement Domyos: 9,95€ [JE CLIQUE !](#)
- Sac à dos Newfeel: 4,95€ [JE CLIQUE !](#)
- Chaussures Newfeel: 8,95€ [JE CLIQUE !](#)

deathlon.fr
ACHETEZ EN LIGNE

ACCUEIL SPORTS VÊTEMENTS CHAUSSURES ACCESSOIRES BONNES AFFAIRES

A VOS MARQUES, PRETS... CLIQUEZ !

DÉCOUVREZ LA NOUVELLE COLLECTION

NOUVELLE COLLECTION AUTOMNE-HIVER 2011/2012

L'ENSEMBLE FEMME

- TEE-SHIRT ROAD: 23€00 [JE CLIQUE !](#)
- TEE-SHIRT HIKE: 28€00 [JE CLIQUE !](#)
- CORSAIRE ROAD: 35€00 [JE CLIQUE !](#)
- PANTALON DOMYOS: 16€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES KIPPA: 49€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES KIPPA: 49€95 [JE CLIQUE !](#)

L'ENSEMBLE HOMME

- TEE-SHIRT HIKE: 28€00 [JE CLIQUE !](#)
- PANTALON DOMYOS: 16€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES KIPPA: 49€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES KIPPA: 49€95 [JE CLIQUE !](#)

L'ENSEMBLE FILLE

- TEE-SHIRT ROAD: 15€00 [JE CLIQUE !](#)
- TEE-SHIRT PUMP: 12€95 [JE CLIQUE !](#)
- CORSAIRE ROAD: 25€00 [JE CLIQUE !](#)
- PANTALON PUMP: 29€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES HEIFEEL: 29€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES KIPPA: 34€95 [JE CLIQUE !](#)

L'ENSEMBLE GARÇON

- TEE-SHIRT PUMP: 12€95 [JE CLIQUE !](#)
- PANTALON PUMP: 29€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES KIPPA: 34€95 [JE CLIQUE !](#)
- CHAUSSURES KIPPA: 34€95 [JE CLIQUE !](#)

ACHETEZ PAS À PROFITER DES NOUVEAUX AVANTAGES DE DECATHLON.FR

Interface



1. Un haut de page dynamique & un champ lexical relatif au sport qui contribuent fortement au positionnement 'Sportif' de la newsletter

2. Des produits variés pour tous



Général
7 / 10

adidas SHOP France

HOMMES | FEMMES | ENFANTS | SPORTS | ORIGINALS | BOUTIQUE EN LIGNE

PLUS DE **NOUVEAUX** PRODUITS!
CURIEUX? >>>

HOMMES PERFORMANCE
Supernova Sleeveless Tee
Supernova Sequence 4

FEMMES ORIGINALS
Femmes Block Stripe Tank
Femmes Midru Court Mid

HOMMES ORIGINALS
Hommes Graphic Tee
Hommes ZX 700

ACHETER MAINTENANT >>>

soldes adidas! jusqu'à 50 % !

1. Des produits visibles bien mis en avant

2. Une gamme de produits divers plébiscitée

3. Un format court pour un aperçu rapide apprécié des utilisateurs

Une absence de mise en situation



N° 3 du podium > Nike

Général
6,6 / 10

NikeStore Femme Homme Filles Garçon NIKEiD Déstockage

METTEZ LA DISTANCE DE VOTRE CÔTÉ

LA LUNARGLIDE+ 3

VOIR LA COLLECTION LUNARGLIDE+3

PERSONNALISER AVEC NIKEiD

LES NOUVEAUX STYLES DE LA SAISON Découvrez la collection

SOLDÉS
JUSQU'À 50% DE RÉDUCTION
VOIR LA COLLECTION

STREETGATO ID
LES JOUEURS DE RUE DOMINANT
POUR UN JEU PERSONNALISÉ

NIKEiD
CRÉEZ LE VÔTRE
COMMENCEZ À PERSONNALISER MAINTENANT

LES MIEUX CÔTÉS
VOIR LES FAVORIS DES MEMBRES NIKE

NOUVEAUTÉS
VOIR LA TENDANCE

PRIX RÉDUIT
VOIR LES MEILLEURES VENTES DE LA SEMAINE

AIDE
FAQs
Trouver un magasin
Service Client

CONFIGURATION DES EMAILS
Annuler votre inscription
Politique de confidentialité

STATUT DE VOTRE COMMANDE
Modes de paiement
Modes et frais de livraison
Pays de livraison possibles
Retours

PARTAGE CET EMAIL:
f c t w v

Ce message vous est envoyé par NIKE Retail B.V., Cotoseum 1, 1213 NL, Hilversum, Les Pays-Bas. Tous droits réservés. ©



1. Une couleur vive qui amène du dynamisme l'emailing

2. Une offre principale bien perçue selon l'analyse Eye tracking

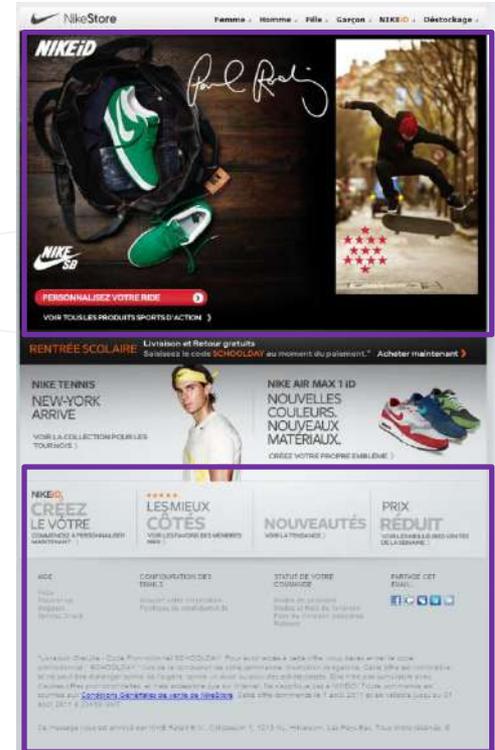
3. Une quantité d'offres suffisantes, une newsletter qui va à l'essentiel

Une absence de prix





Nike > Des hauts de page sportifs !



Interface

1. Une animation qui dynamise le haut de page > La chaussure change de couleur
2. Une offre personnalisation et un produit mis en avant grâce à une représentation concrète du changement de couleur de la chaussure
3. Une mise en situation présente

Interface

1. Un bas de page trop textuel
2. Un espace sous exploité

L'emailing 'sportive'

Les 6 points @ retenir



1. Soyez concis et dynamique dès l'objet de vos emailings
2. Optimisez l'e-merchandising avec une apparence sportive (couleur, organisation,)
3. Créez une ambiance en mettant en situation vos sportifs
4. Mettez vos articles en avant
5. Ne restreignez pas l'offre, proposez des articles pour tous
6. Annoncez des prix

3 Études iPad



Livre Blanc « Premières Impressions » :

Premières impressions



Etude iPad & Presse :

iPad & presse



iPad & e-Commerce

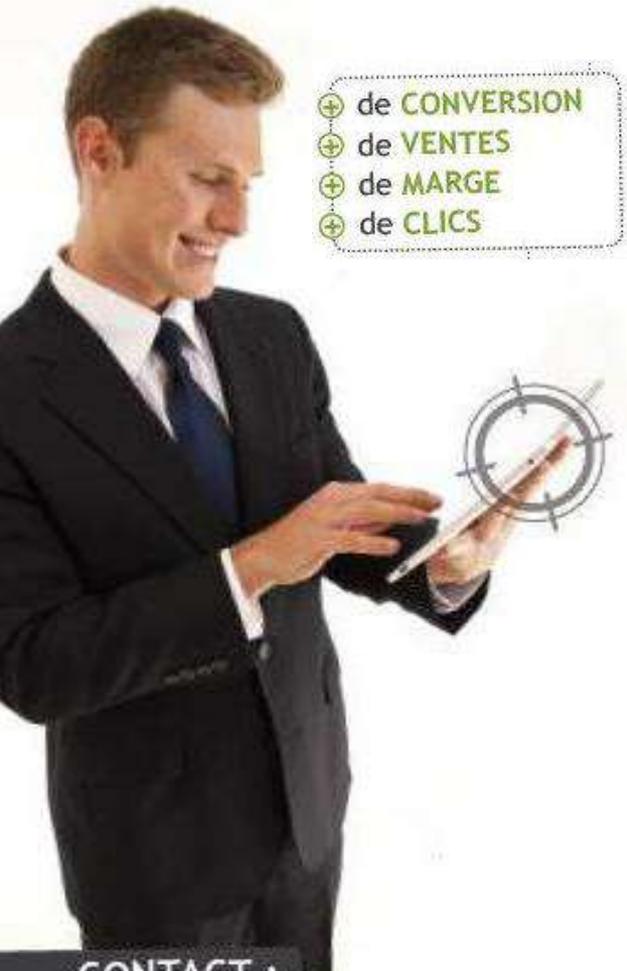
iPad & e-commerce



A télécharger sur altics.fr



Un projet ?



- Optimiser mon e-merchandising
- Développer une stratégie e-Commerce Gagnante
- Réaliser plus de ventes e-Commerce
- Augmenter mes taux de conversion
- Comprendre les attentes des e-shoppers
- Réaliser des Tests Utilisateurs
- Améliorer mes performances e-Mailing
- Mieux former mes équipes
- Mieux exploiter mes données Webanalytics

CONTACT :

www.altics.fr
commercial@altics.fr
PARIS - LYON
+33 (0)4 72 76 94 00

Découvrez enfin ce qui est réellement vu !

Vous souhaitez savoir si votre newsletter est efficace, intuitive et agréable à regarder ?



- **Confrontez** vos utilisateurs à votre newsletter et **observez** leur comportement
- **Testez** l'efficacité de votre newsletter.
- **Découvrez** les zones d'intérêt visuelles et les barrières à l'achat

Annexes

Nos laboratoires Eye tracking
Profils des utilisateurs testés
Présentation ALTICS
Présentation EMAIL VISION

ANNEXES

Nos laboratoires de tests

Labos de tests

1 salle de test interne (glace sans tain & sonorisée)



Votre présence
derrière la
glace sans tain



| Salle d'observation avec glace sans tain

| Salle d'observation sonorisée



| Test d'Eye Tracking

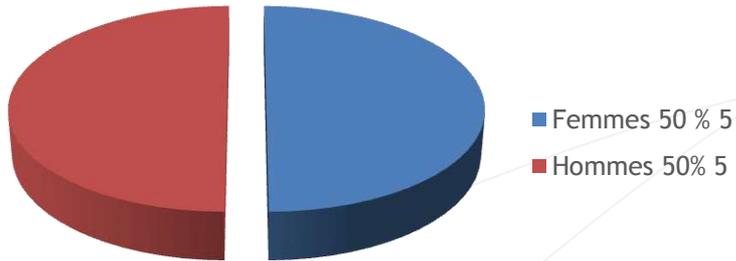
ANNEXES

Profil des utilisateurs

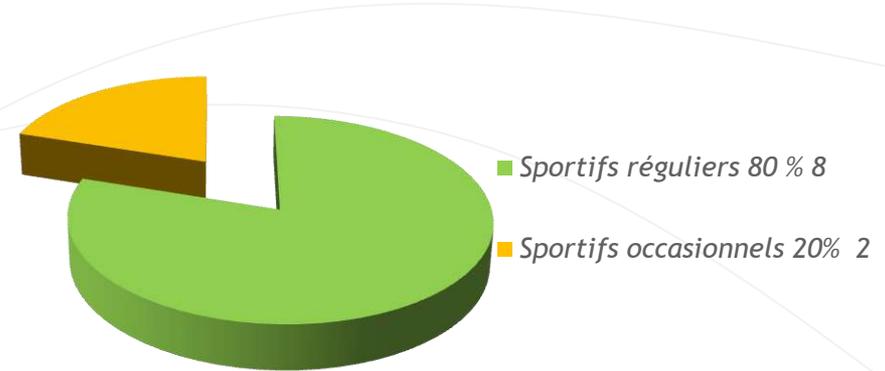
Une population homogène et sportive

Profil des 10 utilisateurs testés

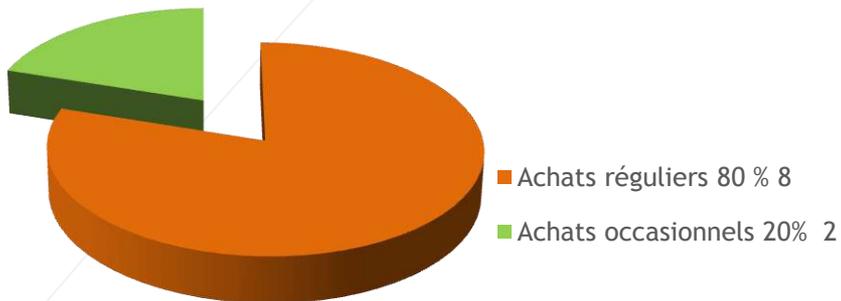
Un nombre égal d'hommes et de femmes (répartition sexe %)



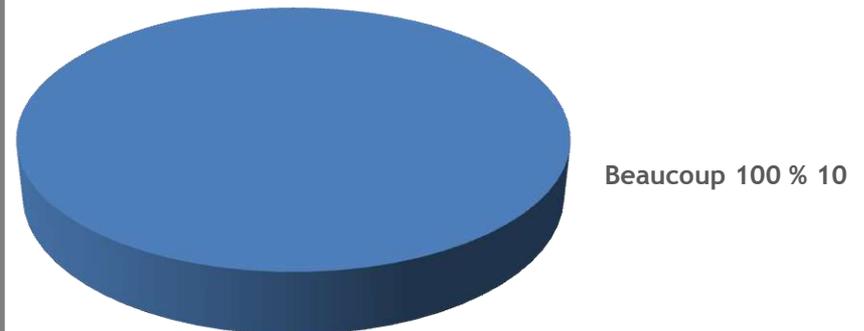
Une population sportive (répartition fréquence %)



Des consommateurs réguliers d'articles de sport (fréquence d'achat %)



Des utilisateurs sensibles au marques (échelle de valeur)



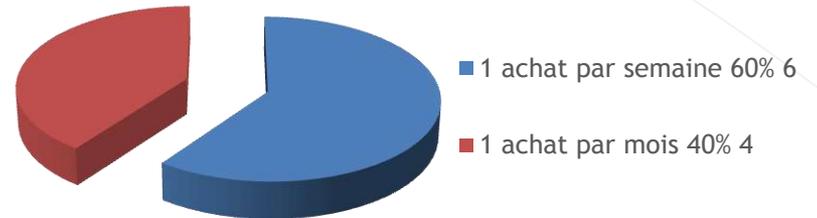
Des utilisateurs à la maturité internet excellente

Profil des 10 utilisateurs testés

Une population très présente sur Internet (temps quotidien passé sur Internet hors consultation mail)



Des e-acheteurs réguliers (fréquence d'achat sur Internet %)



ANNEXES

ALTICS > Agence conseil e-commerce

ALTICS > Agence conseil e-commerce



Augmentez votre **Chiffre d'affaires** e-commerce !



Altics analyse les attentes et les comportements



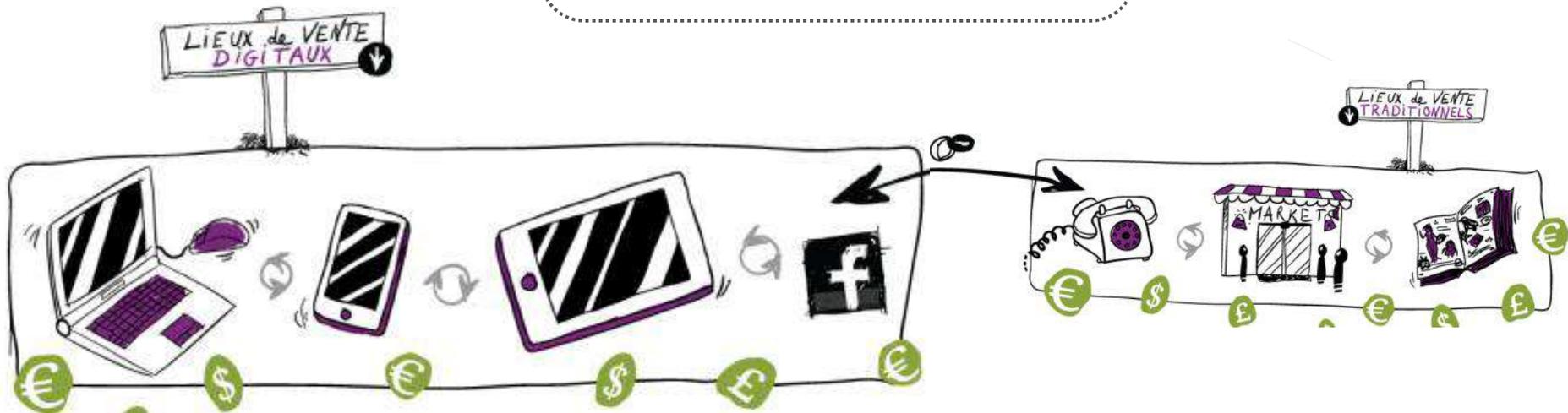
- > Etudes qualitatives ou quantitatives
- > Etudes en laboratoires ou à distance
- > Audit et suivi webanalytics

Nos laboratoires de tests sont équipés
Eye-tracking et glace sans tain



... puis renforce votre **performance** e-commerce

- > Audit e-commerce
- > Conception & Refonte
- > Amélioration continue



Altics optimise votre e-Merchandising en lien avec vos lieux de vente traditionnels

... pour plus de **Chiffre d'affaires** au quotidien

⊕ **80%** de chiffre d'affaires



⊕ **15%** de conversion



⊕ **30%** de chiffre d'affaires



⊗ **2** de taux de clics



⊕ **27%** du panier moyen

⊕ **13%** de conversion



⊕ **13%** de chiffre d'affaires



Pôle Conseil e-Commerce



> Fondateur & Directeur | **Olivier MARX**

Diplômé de l'Institut National Polytechnique de Grenoble, Olivier est un expert Internet depuis 1996. Dès 2001, Il s'intéresse à l'efficacité Business des dispositifs Internet & Intranet. Il crée puis coordonne le pôle User Experience de la WebAgency européenne Framfab et fonde Altics en 2004...
A mi-chemin entre la mer et la montagne.



> Consultante Marketing | **Pauline CATELIN-JULLIEN**

Diplômée d'école supérieure de commerce avec un Master en Marketing, Pauline est l'animatrice de vos Focus Group. Forte de ses expériences en Marketing et communication elle sait découvrir attentes et besoins des utilisateurs pour optimiser votre site e-commerce et augmenter vos ventes !
Passionnée d'équitation, c'est elle qui parle à l'oreille des utilisateurs ;-)



> Chef de Projet e-Commerce | **Loïc MARTIN**

Diplômé de l'INSA avec une spécialisation informatique et titulaire d'un master spécialisé Entreprendre, Loïc est Chef de projet e-commerce. Fort de ce double cursus, il intervient sur des missions de conseil internet : audit & benchmark, refontes ...

Incollable sur le Web et imbattable sur le Green, Loïc vise juste et à temps !





> Consultante Ergonome | Emilie BIELA

Ingénieur en sciences cognitives, cette globe trotteuse a travaillé à Barcelone et en Australie. Responsable du pôle Etudes, rien dans le comportement et les attentes des internautes ne lui échappe. Sans doute son côté « sociologue ». *Passionnée de la culture espagnole, esta chica apporte sa bonne humeur à l'équipe, olé !*



> Chef de projet Ergonome | Charlotte SALVO

Diplômée d'un Master en sciences cognitives, Charlotte reçoit 20 à 50 personnes par semaine dans nos laboratoires de test. Grâce à la technologie Eye-tracking, elle détecte les mauvaises pratiques des sites e-commerces pour faciliter l'expérience des internautes. *Pianiste depuis l'enfance, son oreille musicale est aussi efficace pour écouter les utilisateurs que pour composer des mélodies.*

Nos références

POP GOM



FeuVert



orexad
fournitures industrielles

TECHNI CONTACT
Tout pour les pros

SETON

spartoo.com
TOUTE LA MODE À VOS PIEDS

Blancheporte
www.blancheporte.fr
j'aime et ça me va!

celio*

Dessous Chéri

3SUISSES.fr

MonShowroom.com

HomeMaison.com
Le 1^{er} spécialiste décoration Rabais, Voyages, Connaiss sur internet

PHOTOCITE

La marque photo de France Loisirs

homologu
déco design à la française
made in design
N°1 DU DESIGN SUR INTERNET

photoweb.fr
le labo photo créatif

Gardicanin
OFFREZ-LUI LA COMPAGNIE!

BEBE-CARDS.COM

oclio
grandir en confiance.

King Jouet

LEPAPE
Votre sélectionneur d'équipement sportif

TOUPARGEL

VAHINÉ

Roche

OVERSTIM-S
Nutrition sportive

i'm lovin' it

ducros

Optistore

Santé Vet

STARZIK.com
Get Hit easy!

WinSoft
INTERNATIONAL

april

Groupama

edf sodexo

GL events

YVES ROCHER

RUEDELAFETE

orange

CENTRE-EST

COFIDIS

Discounted
Je peux et c'est dispo

edenwin.com
LE JEU DU PIXEL GAGNANT

HOME CINÉ SOLUTIONS

viapresse.com
Le spécialiste de la vente de presse sur Internet!

Century 21

EXPERTISSIM

EMLYON
business school

Hydroparadise

la boutique du bois.com

FRANCE LOISIRS

ANNEXES

Emailvision

Leader Global de SaaS dans le Marketing relationnel

Emailvision



Emailvision : Leader international



- Leader international du logiciel de gestion de campagnes d'email, de médias sociaux et Customer Intelligence en mode SaaS
- CA 2011, 80 M d'€
- 40% de croissance organique
- Atteindra plus de 650 employés en 2011
- 4 000 clients dans le monde avec plus de 100 nouveaux clients / mois
- Envoi de 5 milliards de messages et 350 000 campagnes /mois
- 2 acquisitions récentes : ObjectiveMarketer et SmartFOCUS
- Leader dans l'investissement de produit au long terme
- Bureaux dans plus de 19 pays
- Détenue par de investisseurs américains et européens
- Classé en tant que Leader technologique par:



Plus de 3000 clients



Nos utilisateurs ciblés



Marketeurs Professionnels
Envoyant des campagnes
consacrées à la génération
de revenus.



**Marketeurs pour les
grandes entreprises**
Envoyant des
campagnes par
multinationales, régions
ou marques.

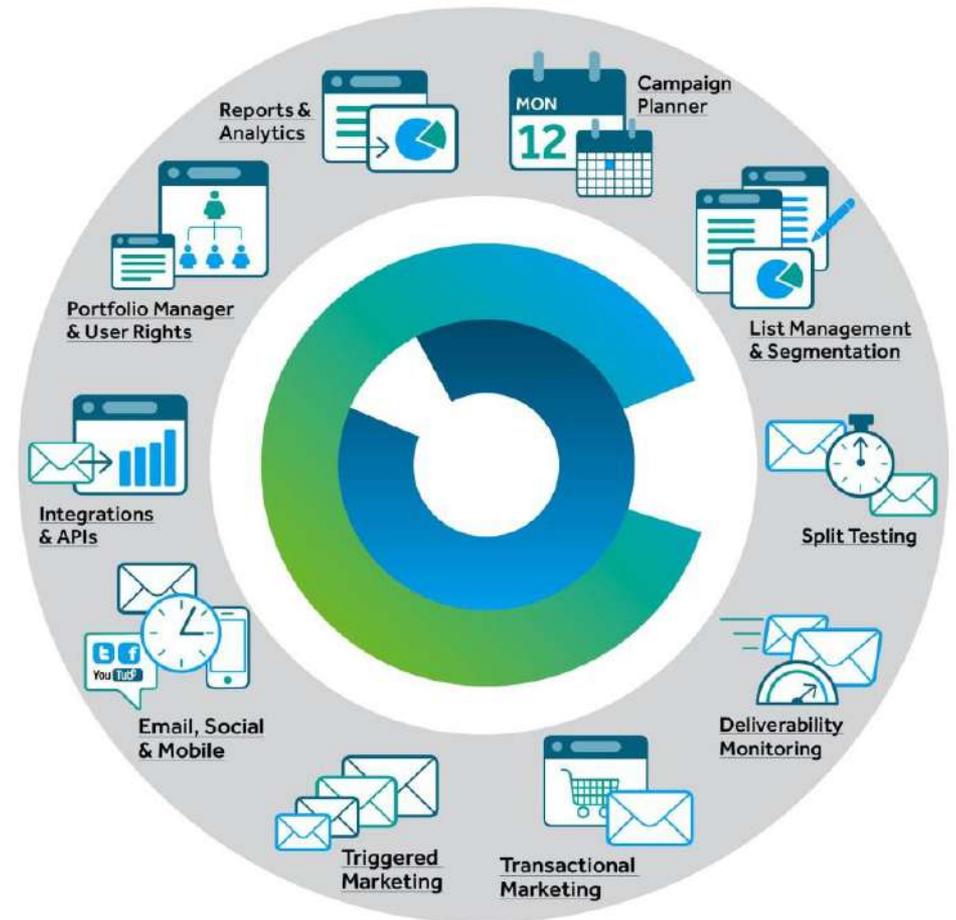


Digital Marketing
Agences envoyant
des campagnes
pour le compte de
leurs clients finaux.

Notre Mission



Permettre aux marketeurs online d'automatiser une part plus importante de leur travail afin d'améliorer de façon significative la pertinence et la rentabilité de leurs campagnes.



Campaign Commander : Marketing sur mesure



- Permettant l'exécution la plus rapide et la plus précise de vos campagnes marketing email, mobile, et social.



Nos valeurs



Entrepreneurial

Client Focused

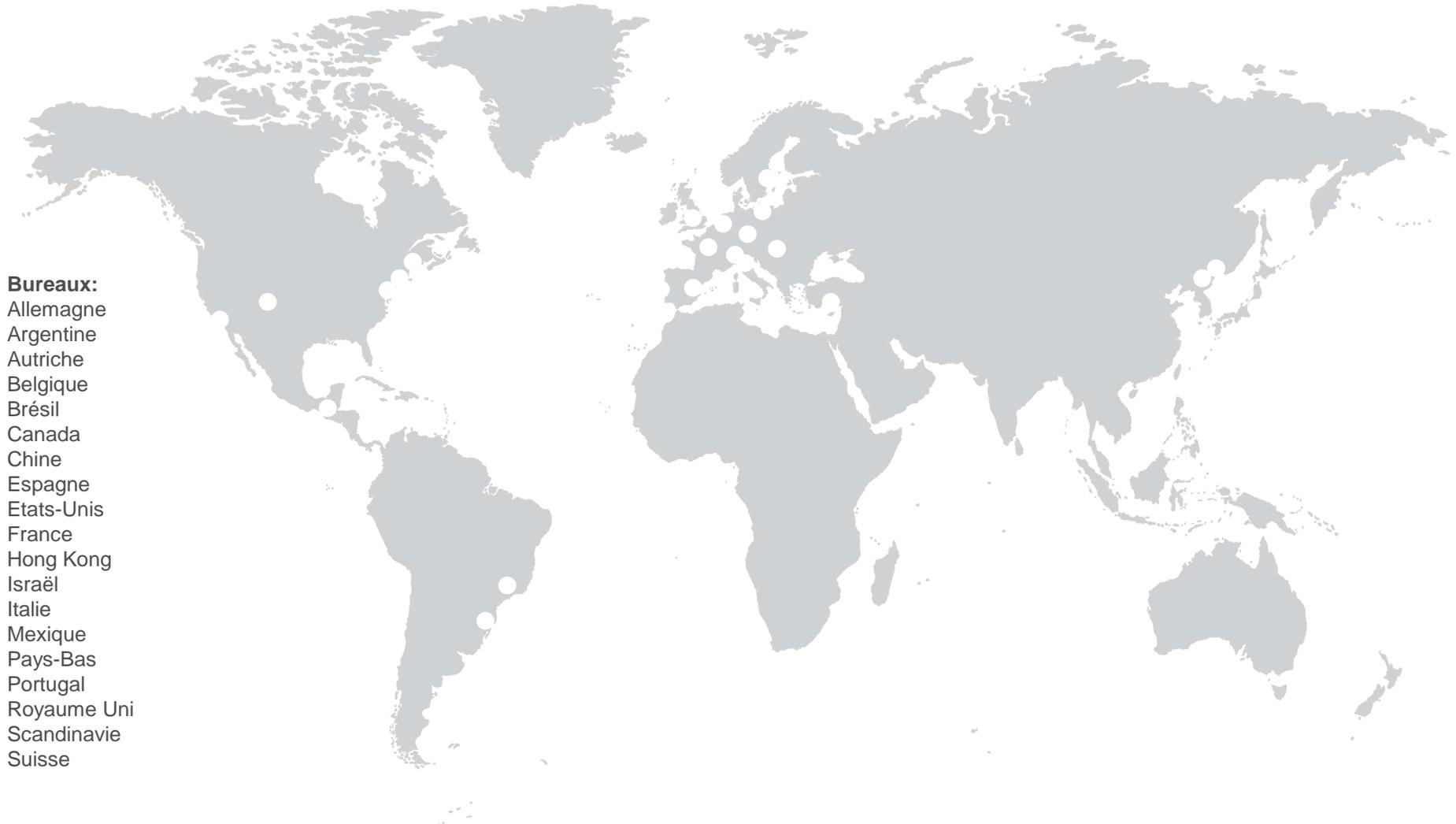
Pioneering
Technology

Passionate

Notre Culture



International



Bureaux:

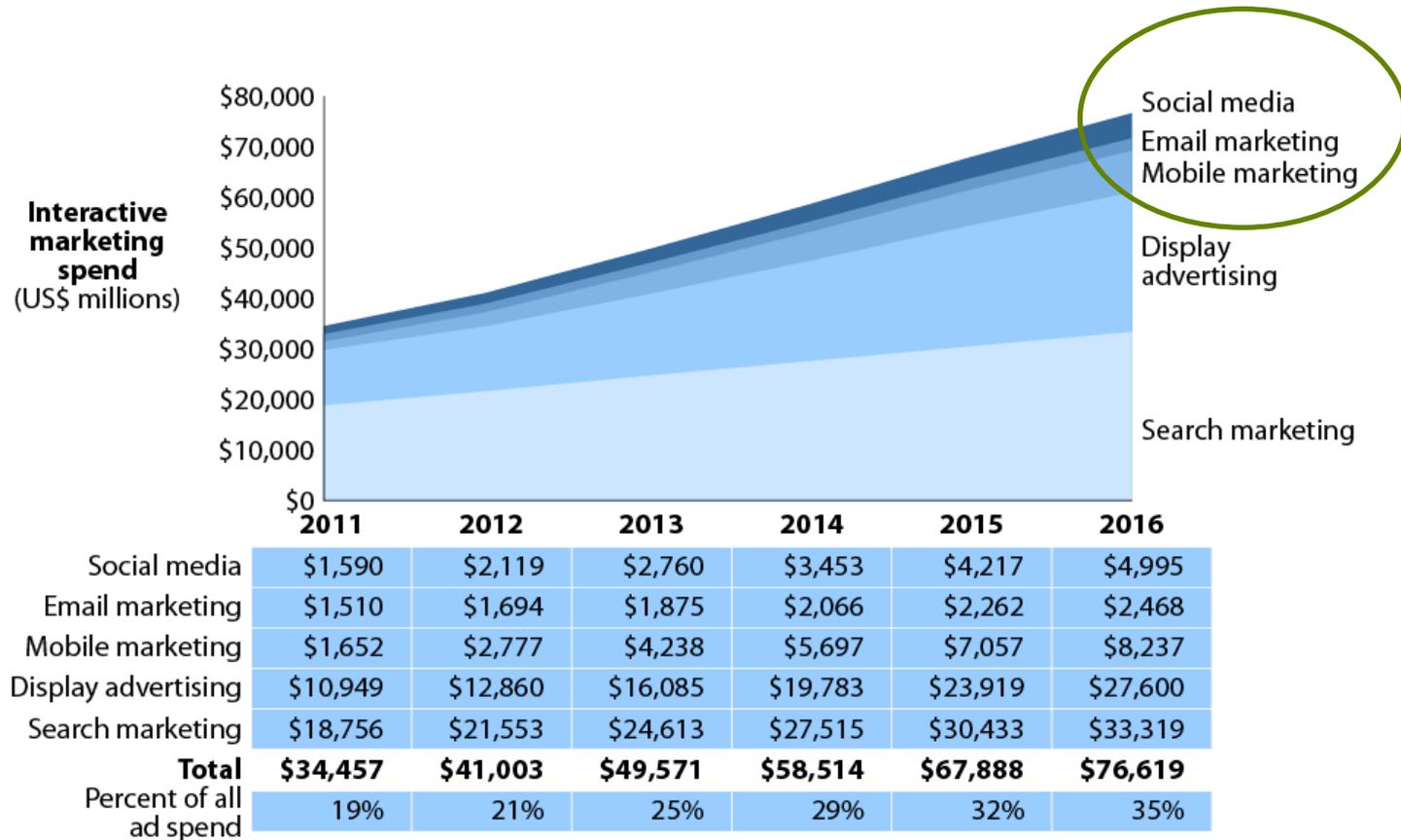
- Allemagne
- Argentine
- Autriche
- Belgique
- Brésil
- Canada
- Chine
- Espagne
- Etats-Unis
- France
- Hong Kong
- Israël
- Italie
- Mexique
- Pays-Bas
- Portugal
- Royaume Uni
- Scandinavie
- Suisse

Interactive Marketing Forecast





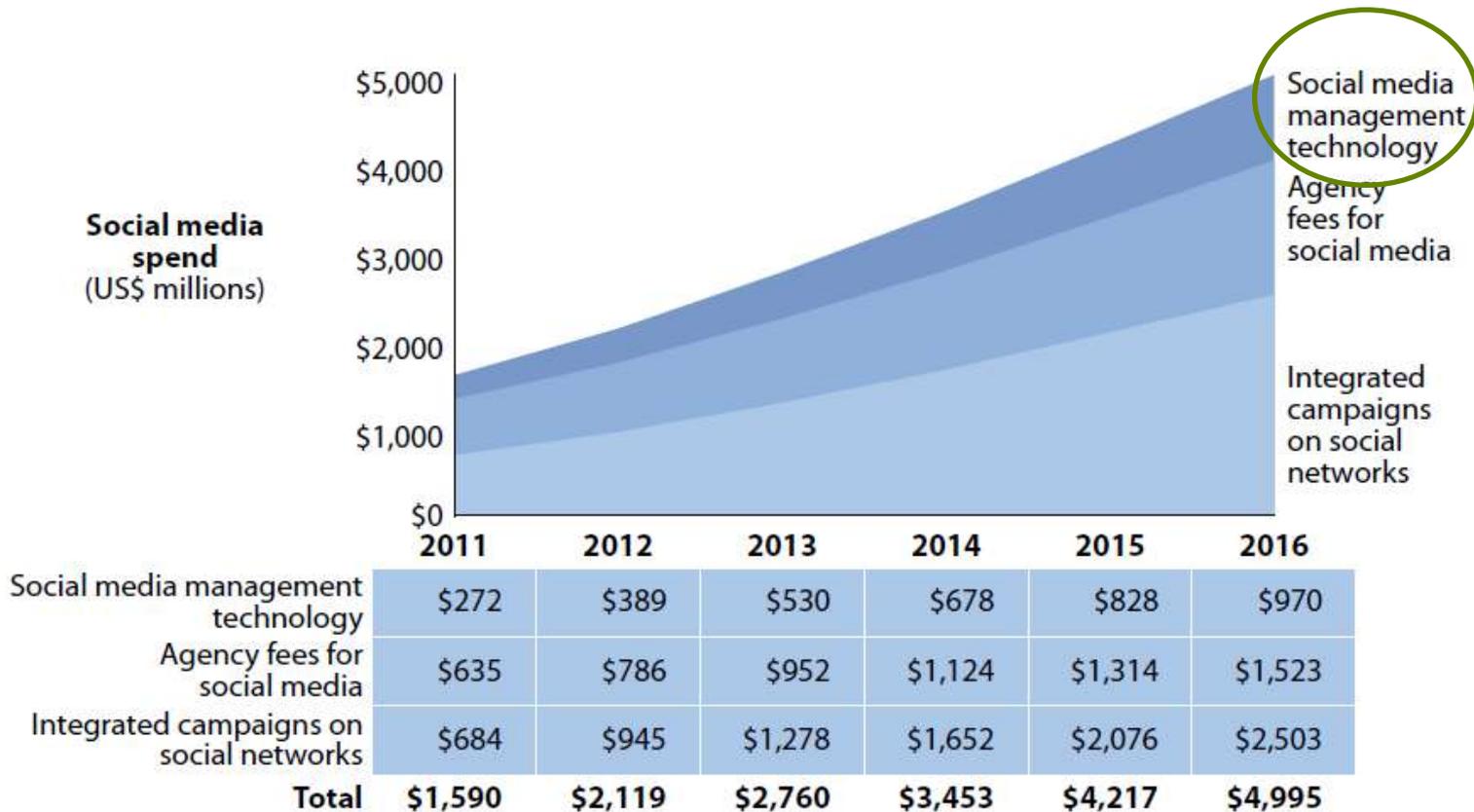
August 2011 "US Interactive Marketing Forecast, 2011 To 2016"



Source: Forrester Research Interactive Marketing Forecasts, 2011 To 2016 (US)



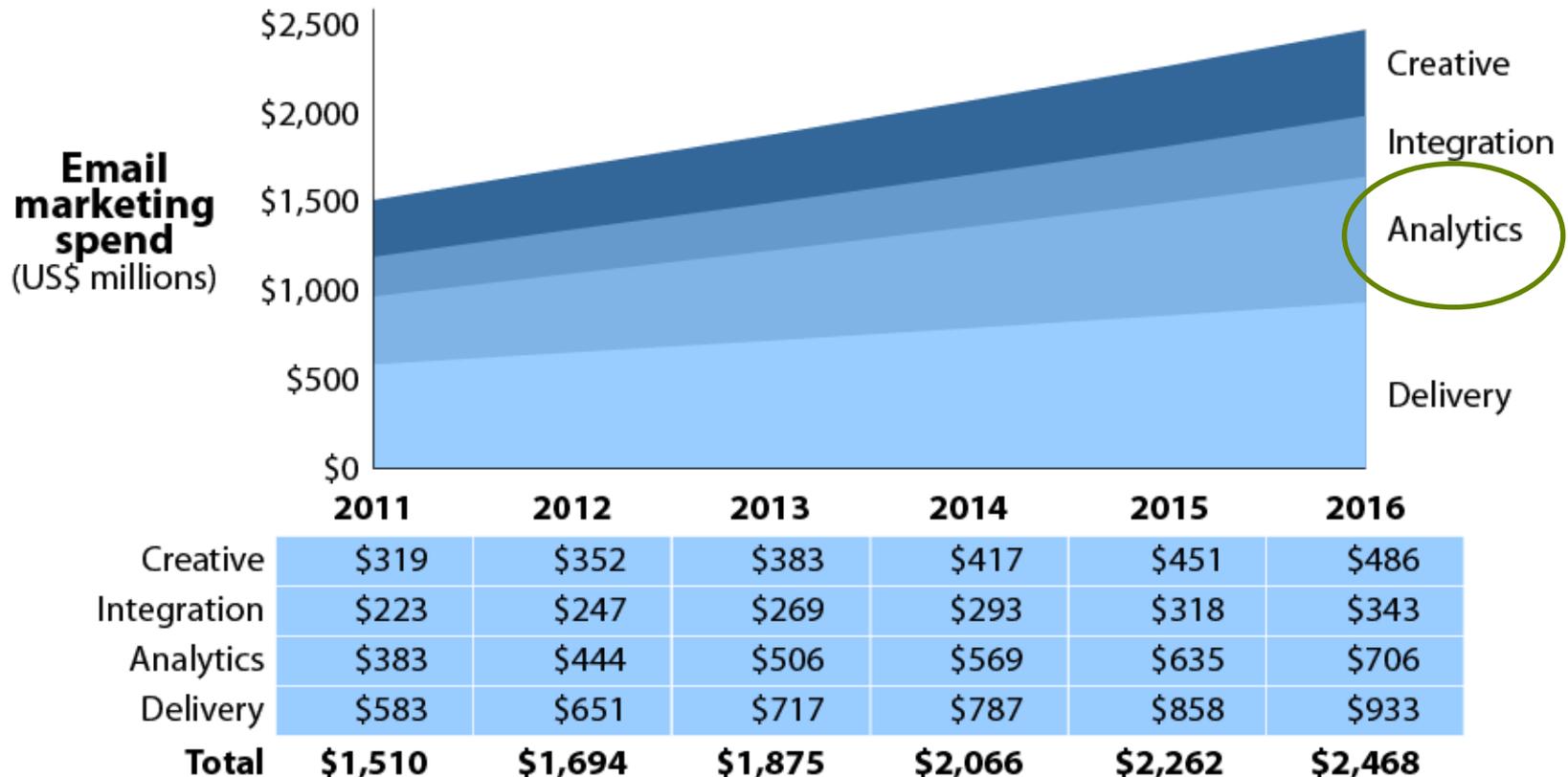
August 2011 "US Interactive Marketing Forecast, 2011 To 2016"



Source: Forrester Research Social Media Forecast, 2011 To 2016 (US)



August 2011 "US Interactive Marketing Forecast, 2011 To 2016"



Source: Forrester Research Email Marketing Forecast, 2011 To 2016 (US)

**Campaign
Commander**



objective
marketer



smartFOCUS



Campaign Commander



The interface shows a calendar for August 2011. Campaigns are listed as colored blocks on the calendar grid. A sidebar on the left contains navigation options like Home, Campaigns, Message, Segment, Campaign, S&C Tooling, Reply Campaign, RSS Feed, Templates, Banner, Notification Messages, Deliverability, Member List, Reports, and Folders. The top navigation bar includes 'START A CAMPAIGN' and 'CAMPAIGN'.

This view displays analytics for a campaign. It features a line chart titled 'Clicks (Last 24hrs)' showing activity over time. Below the chart is a 'Recent Posts' section with links to various news articles. A 'Campaign Clicks' bar chart shows data for Technology, Finance, Social Media, Consumer, IT, and E&E. A world map highlights click locations. A table at the bottom lists 'Recent Campaigns' with columns for Name, Clicks, Posts, Retweets, Facebook Likes, Last clicks, and Last Published.

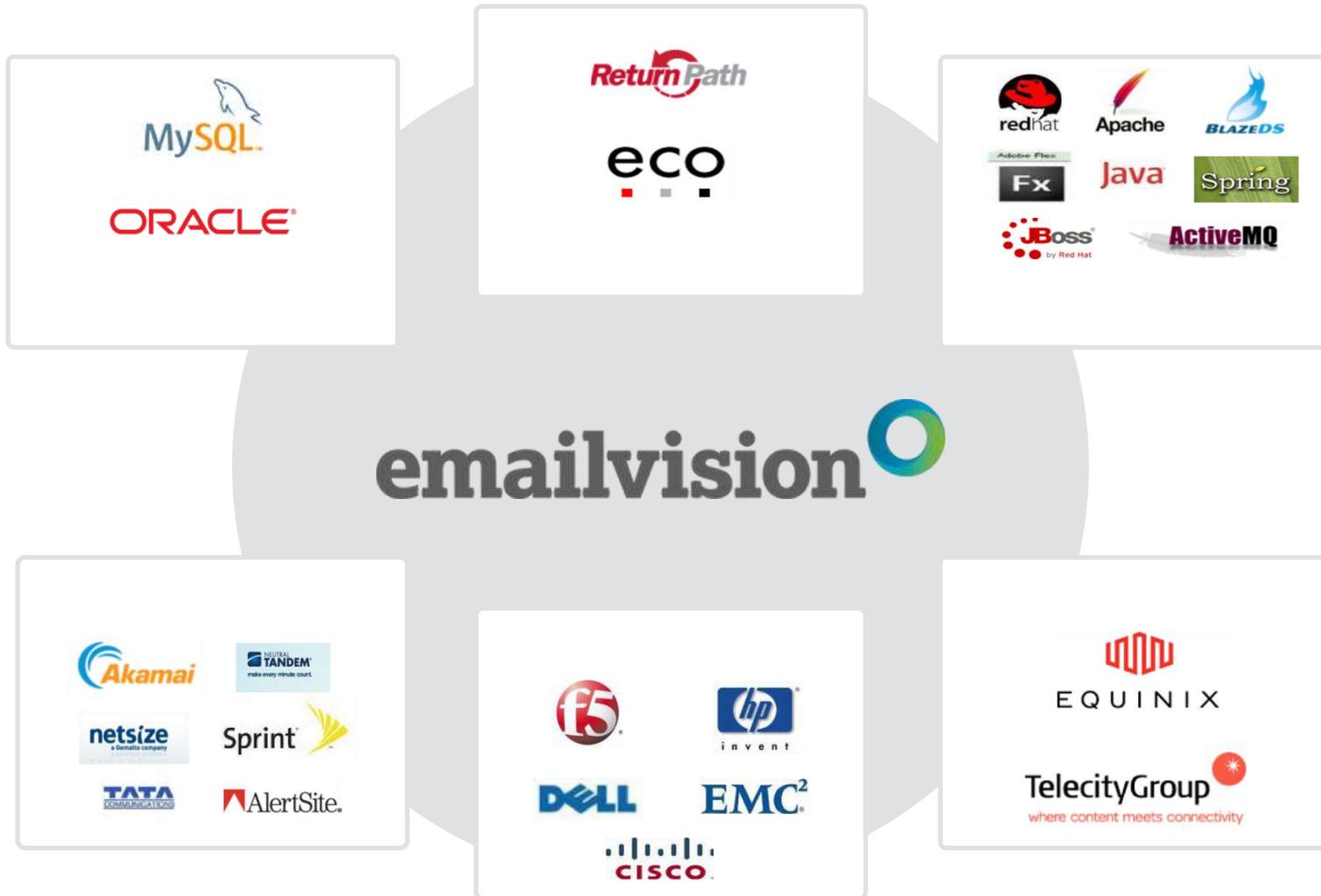
The Customer Investigator interface displays a Venn diagram for the domain '199892'. The diagram consists of four overlapping circles representing different customer segments. The counts for each segment and their intersections are as follows:

- Top-Left (Orange): 2217
- Top-Right (Green): 2027
- Bottom-Left (Brown): 434
- Bottom-Right (Blue): 1124
- Center (Purple): 1090
- Intersection of Top-Left and Top-Right: 194
- Intersection of Top-Left and Bottom-Left: 322
- Intersection of Top-Right and Bottom-Right: 2008
- Intersection of Bottom-Left and Bottom-Right: 4268
- Intersection of Bottom-Left and Center: 434
- Intersection of Bottom-Right and Center: 1124
- Intersection of Center and both Bottom-Left and Bottom-Right: 3368

Intégrer vos campagnes d'email, mobile et social marketing



Eco-système technologique d'Emailvision



Leader Global de SaaS dans le Marketing relationnel



Plus d'informations ?

Olivier Marx | Directeur Altics
Emilie Biela | Consultante Ergonome
Charlotte Salvo | Chef de projet

04 72 76 94 00 - commercial@altics.fr

www.altics.fr

PARIS - LYON



Ziad Nakad
EMAILVISION

01 41 27 27 17 - znakad@emailvision.com

CLICHY

www.emailvision.com