

E-commerce de bijoux

Entre achat coup de cœur et réassurance

Séduire et répondre aux attentes des internautes

Avril 2011



Edito

Lyon, le 22 mars 2011

Pour la 11ième étude e-Commerce, l'équipe [Altics s'est intéressée au BIJOU sur Internet en partenariat avec Jeveuxdesbijoux.com.](#)

Nous avons sondé une partie du Panel Altics.
Vous lirez que la Saint Valentin est moins prisée que... l'anniversaire.
Désolé pour les romantiques ;)

Nous avons scruté (via 24 Tests utilisateurs Eye Trackés dans nos laboratoires) les comportements d'achat sur 6 sites de vente en ligne.
Vous découvrirez bonnes et mauvaises pratiques pour faciliter l'expérience d'achat et...vendre plus.

[Séduction, Réassurance, taille des visuels, descriptif produit...](#)

Nous le savons une expérience d'achat réussie est l'affaire de détails.
Les spécialistes du e-Merchandising ont donc du pain sur la planche : plus de la moitié des personnes interrogées préfèrent acheter des bijoux en magasins.

De notre côté, nous sommes prêts à relever le défi.

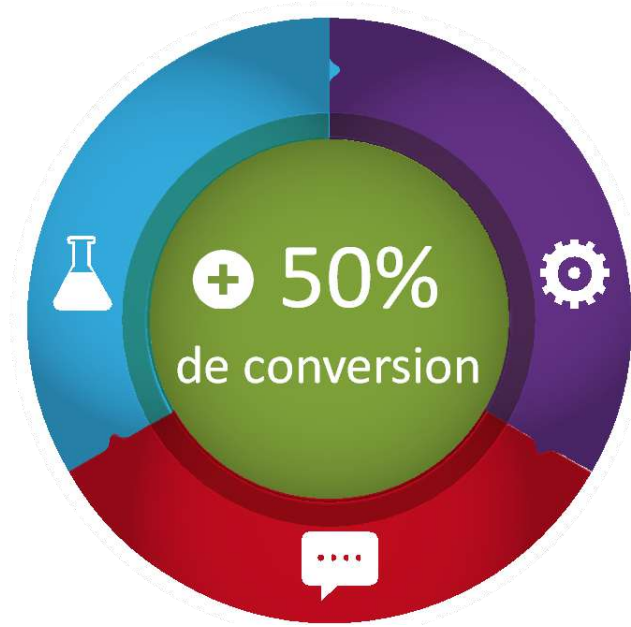
Avant cela, je vous souhaite une bonne lecture...et de bonnes ventes !

Olivier Marx, Fondateur
[Twitter.com/oliviermarx](https://twitter.com/oliviermarx)



Vous souhaitez convertir PLUS ?

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



Nous optimisons
vos interfaces

Nous coachons
vos équipes

Contactez-nous

04 72 76 94 00

win@altics.fr

Sommaire

1. Introduction

- > Méthodologie
- > Les 8 points clé de l'étude

2. Habitudes d'achat (données recueillies via questionnaire)

3. Attentes et besoins des e-shoppers (via questionnaire et entretien post test)

- > Freins à l'achat
- > Attentes fortes

4. Leurs comportements, en ligne (via Eye tracking, entretien & questionnaire)

- > Page d'accueil, premières impressions
- > Accès au produit
- > Processus de commande

5. Conclusion : comment séduire les internautes et répondre à leurs attentes

Jeveuxdesbijoux.com

Min compte | Créer un Compte

Rechercher un bijou ou une montre OK

Parmi 1439 bijoux sélectionnés sur les plus belles bijouteries en ligne

Les bijoux | Divers | Les instants précieux | Les destinations | Les marques | Le Blog | Liste d'envies

Accueil - Les bijoux

Idees Bijoux

Vous cherchez

OK

Budget

Sélectionner les tendances

0 € - Plus de 300 €

Top Tendances

Bijoux vintage, Bijoux de créateurs, Montres originales, Bijoux ethniques, Kits de création de bijoux

Bijoux fétiches

Collier, Montre, Bague, Bracelet, Alliance, Charms

Destinataires

Femme, Homme, Mère, Jeune femme, Jeune homme, Enfant

Bague Saphir "Tutty fruity"

Chic éternel

Instants précieux

- Bagues de Fiançailles
- Déclaration d'amour
- Anniversaire de mariage

Tous les bijoux précieux...

Les coups de coeur du moment

Médaille empreinte de main	Bracelet orné de charms	Bracelet "moscou" - by eugénie	Collier fleur
			
Personnalisez votre bijou grâce à une innovation déposée à l'INPI, la médaille se crée à partir d'une empreinte de main...	Description du produit : Bracelet orné de charms. Acier chirurgicail de type 316L. Charms personnalisés...	Bracelet dans un carter de cuir rouge et violet. Perles en verre de Bohême, perles en métal...	Collier créateur en soie. Lien solide. Une sangle permet de le porter en bracelet ou en...
Voir 348,00 €	Voir 34,90 €	Voir 42,00 €	Voir 70,00 €

+ Voir tous les bijoux coups de coeur

Conseils et tendances

Vos bijoux favoris

- Bague vintage "carné bleu"
- Paire boucles d'oreilles sifre pour 34
- Montre femme rock rectangulaire sur double
- Boucles d'oreilles "plumes de paon" by the
- Médaille empreinte de main

+ Voir tous les bijoux coups de coeur

Dossier : Tout sur les bijoux

Quel est destiné le bijou que vous cherchez ? Quel est son style, sa morphologie ? Afin de vous aider dans votre choix, apprenez à reconnaître les caractéristiques principales des bijoux. Découvrez à quoi correspondent les points et les millèmes, trouvez des idées grâce à notre sélection de favoris.

Je Veux des Bijoux !

Bienvenue sur ce nouveau site qui s'annonce comme une revendication, la promesse d'instants qui brillent, de bracelets qui tentent et de colliers qui jettent un rayon de lumière sur la délicatesse des belles.

Jeveuxdesbijoux.com, c'est le nouveau projet de l'équipe qui a monté UnCadeau.com : un guide d'achat de bijoux en ligne, avec une navigation pensée pour permettre la sénérie aussi bien que pour trouver très rapidement un cadeau pour une naissance ou un anniversaire de mariage.

+ Lire le Guide d'achat bijoux

Jeveuxdesbijoux.com

Le 1er moteur de shopping dédié aux Bijoux !

■ Visibilité accrue

Notoriété, relais sur les réseaux sociaux, liens en dur : bon pour votre image et votre référencement

■ Trafic qualifié

Un guide spécialisé pour capter les acheteurs qui cherchent des bijoux

■ Transfo optimale

2 à 6% de taux de transformation (contre 1% en moyenne depuis les sources de trafic généralistes)

■ 25€ / mois seulement !

Référencement au forfait, pour un budget publicitaire totalement maîtrisé

Un mois offert avec le code « ALTICS » !

Contactez gaelle@quaelead.com

Tél. +33 (0)4 94 24 18 96

Introduction

> MÉTHODOLOGIE

- > DÉMARCHE D'INVESTIGATION
- > ENTONNOIR DE CONVERSION
- > CROISEMENT DE DONNÉES

> LES 8 POINTS CLÉS DE L'ÉTUDE



Un recueil de données varié pour extraire des informations de qualité

📌 Croisement de données

Les utilisateurs nous ont exprimé leurs attentes et leur comportements concernant l'achat de bijoux en lignes à travers différentes méthodes de recueil de données : le questionnaire, l'Eye tracking et l'entretien

201 personnes ont répondu au questionnaire sur une base de 1000 envois.

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 du questionnaire.

Croisement des méthodes de recueil de données :

	Questionnaire 	Test utilisateurs	
		Eye tracking 	Entretien 
	1000 Envois	24 participants	
Habitudes d'achats	✓		
Attentes des internautes	✓		✓
Comportements des e-shoppers	✓	✓	✓

Une démarche résolument centrée utilisateurs

> Démarche d'investigation

Les informations ont été recueillies auprès de **24 utilisateurs** accueillis individuellement dans notre laboratoire de test durant **55 minutes**.

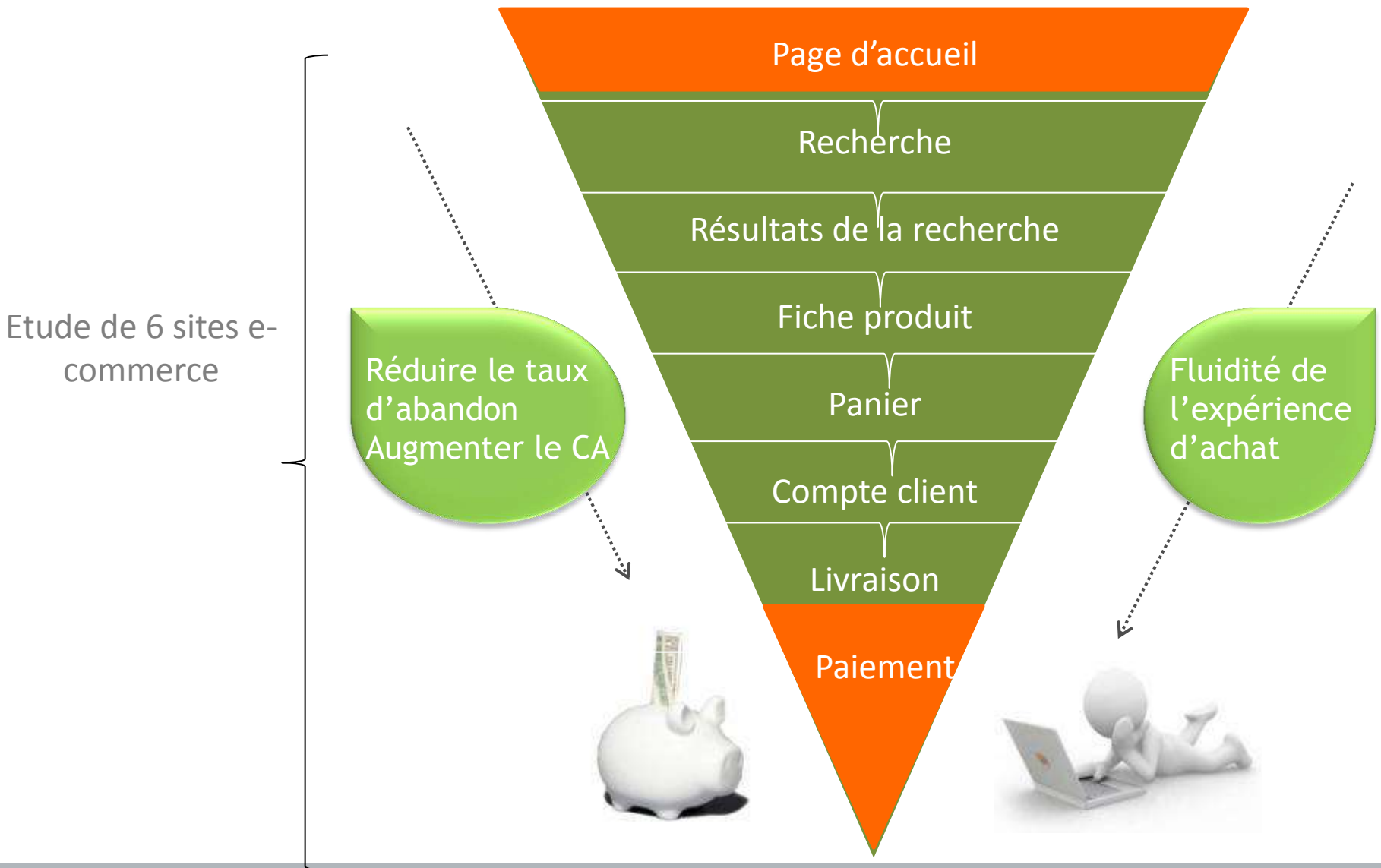
6 sites de vente en ligne de bijoux ont été passés au crible à l'aide de l'Eye tracking, un instrument visant à enregistrer le mouvement oculaire.

Les 6 sites ont été répartis en 2 groupes de 3 pour chaque participant.

Les 3 phases du test utilisateur :

1. L'utilisateur s'installe face à l'Eye Tracker et lit la consigne à voix haute. Il a pour objectif d'acheter une paire de boucles d'oreille en argent, de type anneaux pour l'anniversaire d'une amie.
2. Il effectue ensuite le parcours d'achat sur 3 sites différents. Il accède à la page d'accueil, effectue sa recherche et finalise la commande une fois le bijou choisi. Le test s'arrête avant validation du paiement.
3. Une fois le test finalisé sur les 3 sites, le consultant revient sur chaque étape du parcours d'achat afin de recueillir les impressions de l'utilisateur et comprendre les différents freins rencontrés.

De la page d'accueil au paiement



L'Eye tracking

❖ Définition

L'Eye tracking, également appelé oculométrie, regroupe un ensemble de techniques permettant d'enregistrer les mouvements oculaires.

❖ Objectifs

- > Suivre & analyser le parcours visuel
- > Identifier les freins à la compréhension et à l'utilisation
- > Vérifier si les utilisateurs voient ce que vous voulez mettre en avant
- > Détecter les problèmes liés à la perception des informations sur vos supports

❖ Moyens

- > Un écran spécifique, l'eye tracker, équipé d'un capteur invisible (lumière infrarouge inoffensive pour l'oeil) qui enregistre les déplacements de l'oeil de l'utilisateur.
- > Une caméra qui filme à distance le visage du participant et la réflexion de la lumière infrarouge sur ses pupilles. Elle enregistre également les commentaires verbaux.



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)



api

celio*



EXPERTISSIM

YVES ROCHER

Contactez-nous

04 72 76 94 00

win@altics.fr

Labos de Tests Altics

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



| Salle d'étude avec glace sans tain

Votre présence
derrière la
glace sans tain



| Salle d'observation sonorisée



Un ergonomiste
au côté de
l'e-shopper



| Tests d'Eye Tracking

Conventions graphiques

« Propos recueillis durant
l'entretien individuel et
verbatim du questionnaire»

Extrait de propos recueillis lors
des tests utilisateurs Eye Trackés,
et du questionnaire

Utilisateurs

Constats relatifs aux tests utilisateurs

Conseils

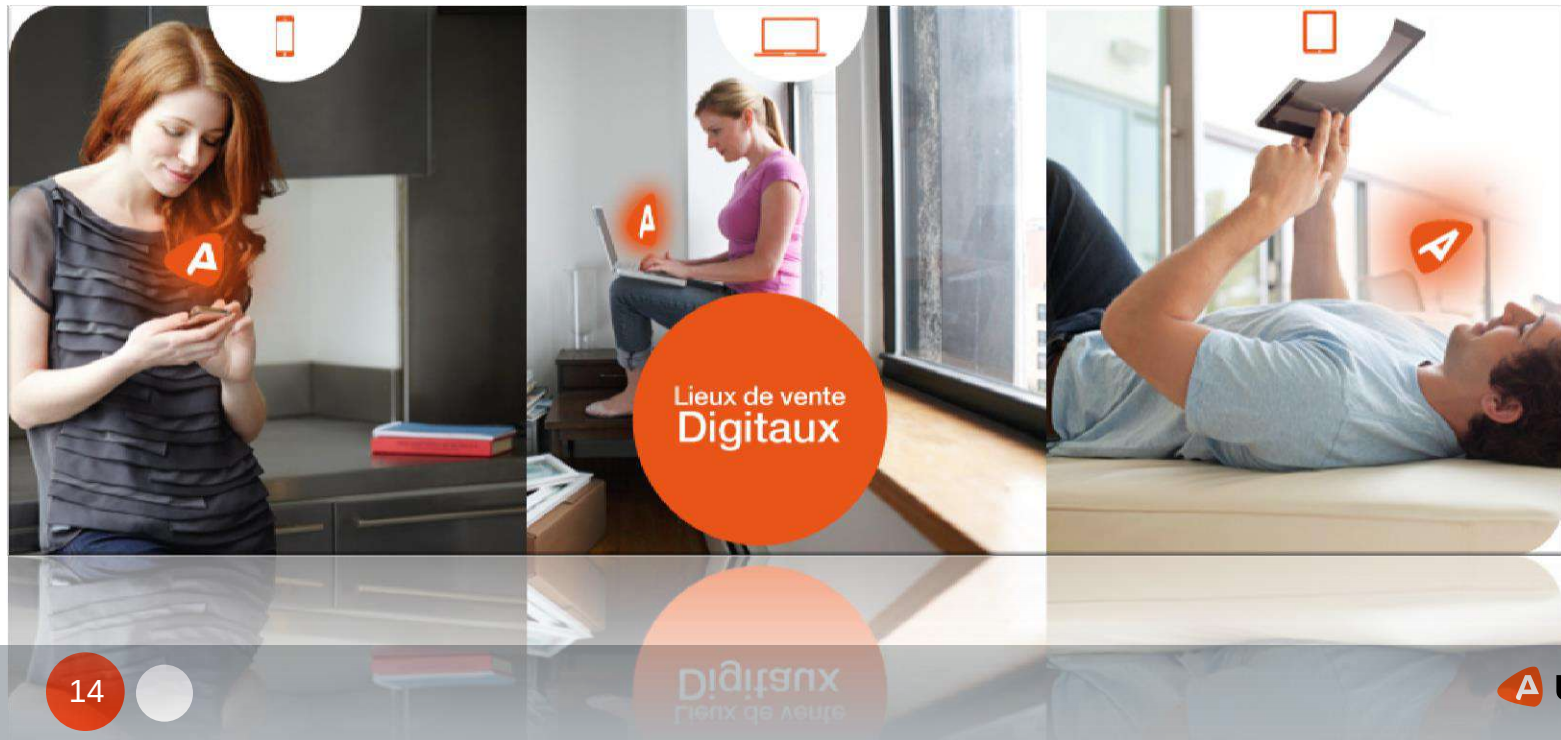
Recommandations pour un site de vente
en ligne de bijoux

Introduction

> MÉTHODOLOGIE

- > DÉMARCHE D'INVESTIGATION
- > ENTONNOIR DE CONVERSION
- > CROISEMENT DE DONNÉES

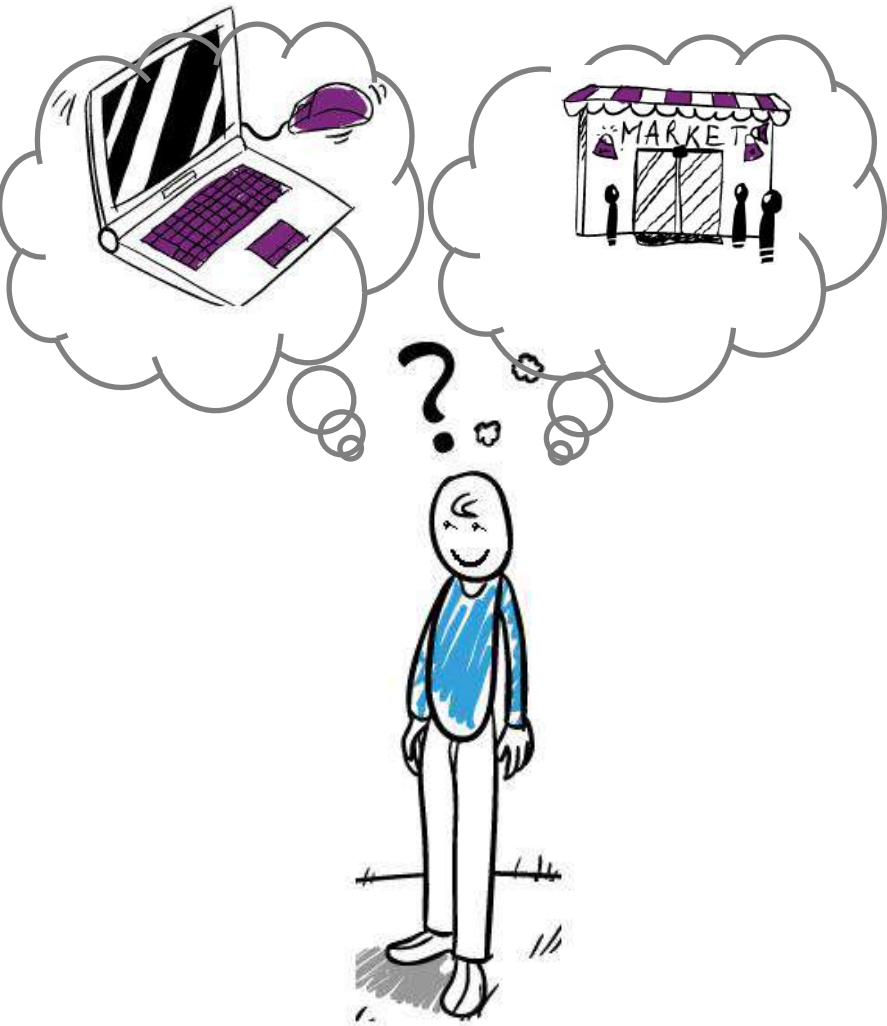
> LES 10 POINTS CLÉ DE L'ÉTUDE



Les 8 points clés de l'étude

1. Un potentiel e-commerce fort > 60% déclarent être réticents à l'achat de bijoux sur internet
2. L'anniversaire, moment clé pour l'achat de bijoux
3. Maty, grand gagnant du test de notoriété
4. Le bijou, un achat coup de cœur
5. Réassurance et 'glamour' les mots clés du e-commerce de bijoux
6. Le visuel, l'élément déterminant dans l'acte d'achat sur internet
7. Un besoin capital d'informations très détaillées sur le bijou
8. Des modes de recherche différents encore peu satisfaisants

Boostez vos ventes de bijoux avec des visuels et des garanties



57% des utilisateurs déclarent n'avoir jamais acheté de bijoux sur internet, dont **62%** estiment qu'internet ne se prête pas à l'achat de bijoux.

Ceci les amène à effectuer leurs achats en boutique, tandis que leur budget moyen et le manque de temps tendraient à les diriger vers internet pour bénéficier de prix plus compétitifs et d'une ouverture 24h/24h.

Il est donc primordial de connaître les attentes de vos internautes pour les inviter à effectuer leurs achats de bijoux, en ligne !

Une seule consigne : Apporter du visuel et des garanties !



L'agence conseil
de référence,
pour réussir vos
projets e-commerce



Double expertise Marketing et technique

Quelques références

LEPAPE
VOTRE SÉLECTIONNEUR D'ÉQUIPEMENT SPORTIF

Alinéa
meuble & déco



3SUISSES.fr



Auchan.fr

NARS



Lolita
Lempicka



Jean Paul
GAULTIER

LA HALLE !

vivarte

sage

Les habitudes d'achat

- > UNE CIBLE MAJORITAIREMENT JEUNE ET FÉMININE
- > UN BUDGET MOYEN COMPRIS ENTRE 15 ET 50 EUROS
- > LE BIJOU, UN CADEAU POUR SOI ET POUR OFFRIR
- > L'ANNIVERSAIRE LA PREMIÈRE OCCASION POUR L'ACHAT DE BIJOUX
- > UN ACHAT COUP DE CŒUR, UN ACHAT PLAISIR
- > UN ACHAT INTERNET MOTIVÉ PAR LES FACTEURS PRIX ET TEMPS
- > MATY, GRAND GAGNANT DE LA NOTORIÉTÉ
- > UNE MAJORITÉ DE RÉFRACATAIRES À L'ACHAT DE BIJOUX EN LIGNE



Quelles sont les ATTENTES de vos prospects / clients ?

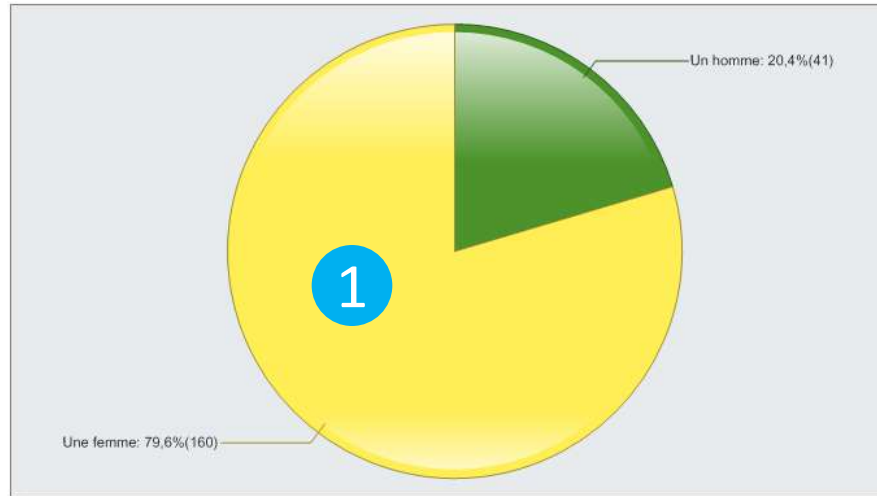


- Quelles sont leurs habitudes d'achat ?
- Quels sont leurs besoins ?
- Vos services sont-ils adaptés ?

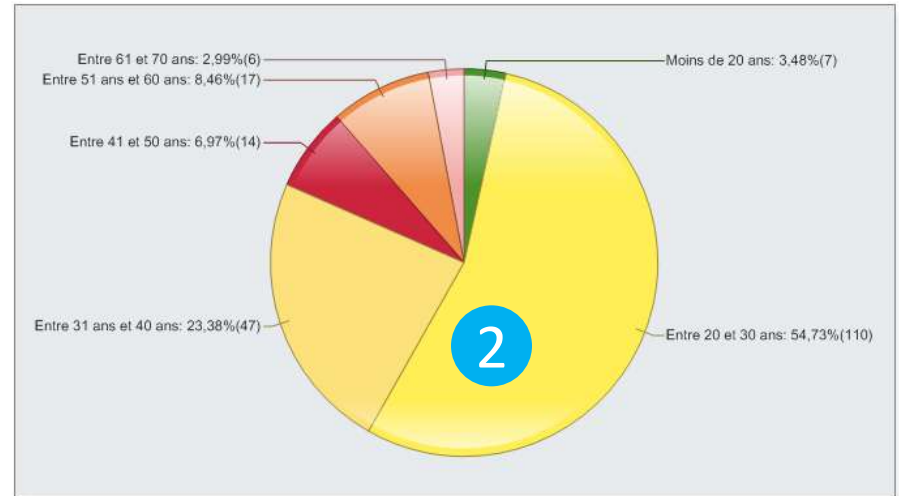
Notre Solution: **FOCUS GROUP**

Panel > Une cible majoritairement jeune & féminine

- 1 80% des répondants sont des femmes
- 2 54% des acheteurs ont entre 20 et 30 ans



Etes-vous ?



Quel âge avez-vous ?

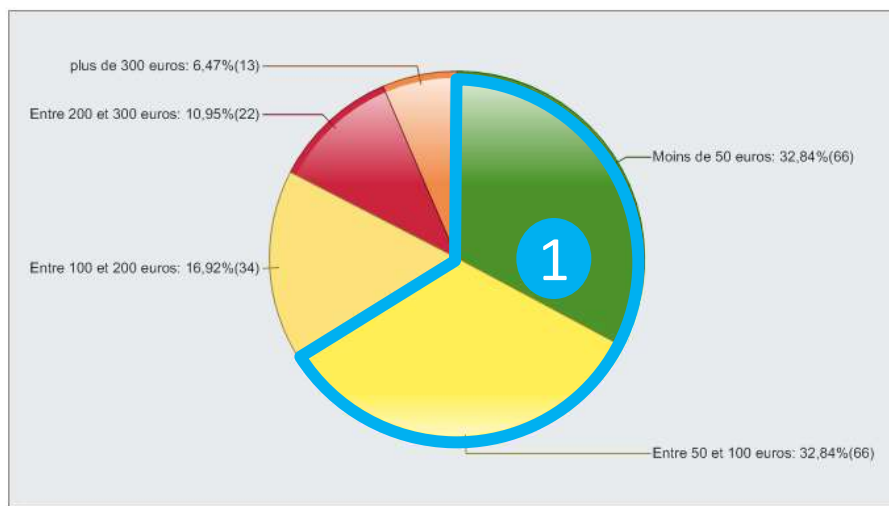
Total : 201 répondants du panel Altics



Un budget moyen compris entre 15 et 50 euros

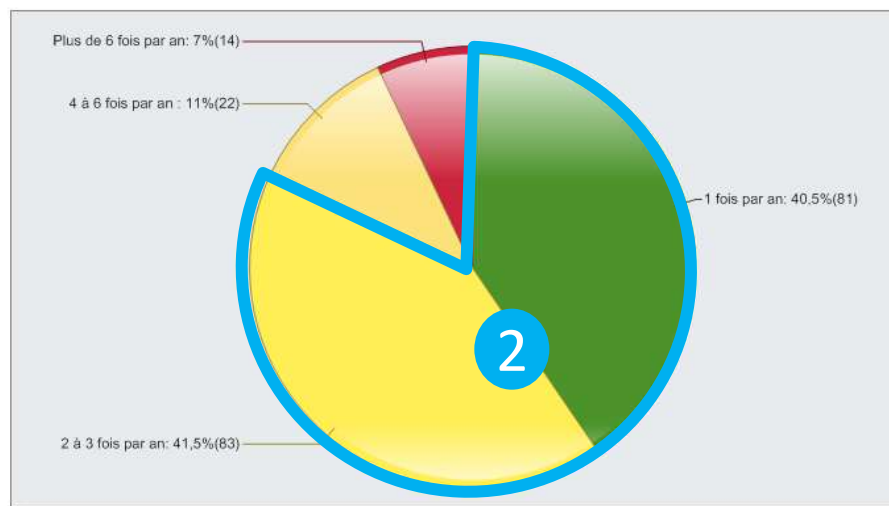
❶ 66% des répondants consacrent moins de 100 € à l'achat de bijoux / an

❷ 82% des répondants n'achètent pas plus de 3 bijoux par an



En moyenne, quel budget consacrez-vous annuellement à l'achat de bijoux ?

Total : 201 répondants du panel Altics

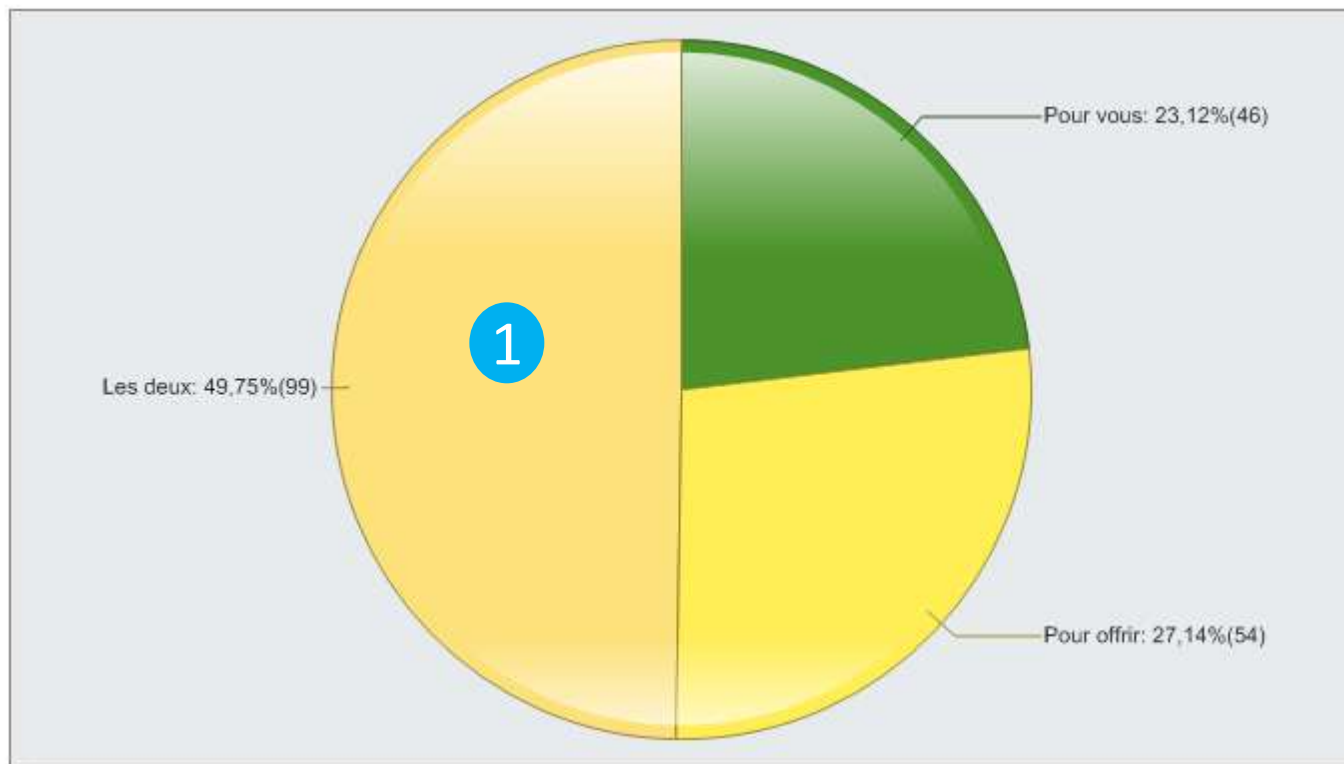


D'ordinaire, à quelle fréquence achetez-vous des bijoux ?



Le bijou > Un cadeau pour soi et pour offrir

Généralement vous achetez plutôt des bijoux :



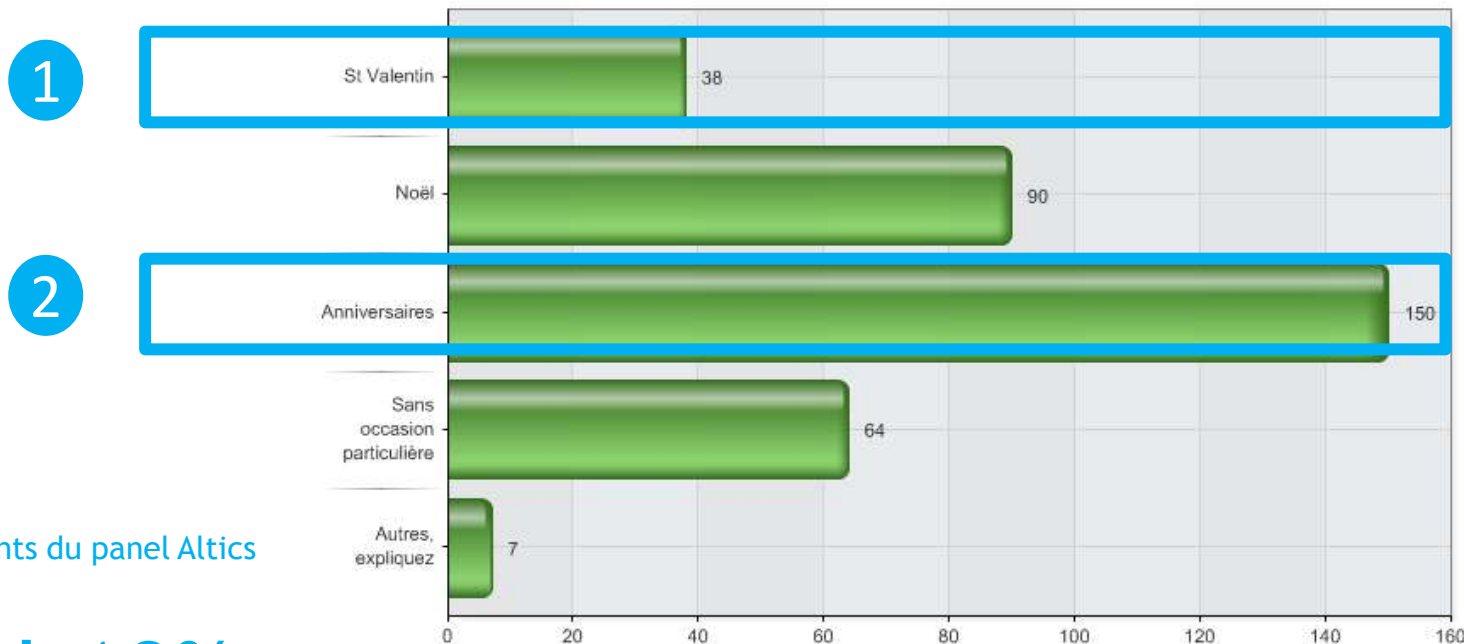
1 **50%** des répondants achètent à la fois des bijoux pour offrir et se faire plaisir

Total : 201 répondants du panel Altics



L'anniversaire, la première occasion pour l'achat de bijoux

Pour quelle(s) occasion(s) offrez-vous généralement des bijoux ?



Total : 201 répondants du panel Altics

- 1 Seul 10% des répondants favorisent la St Valentin
- 2 43% des répondants préfèrent offrir des bijoux pour les anniversaires

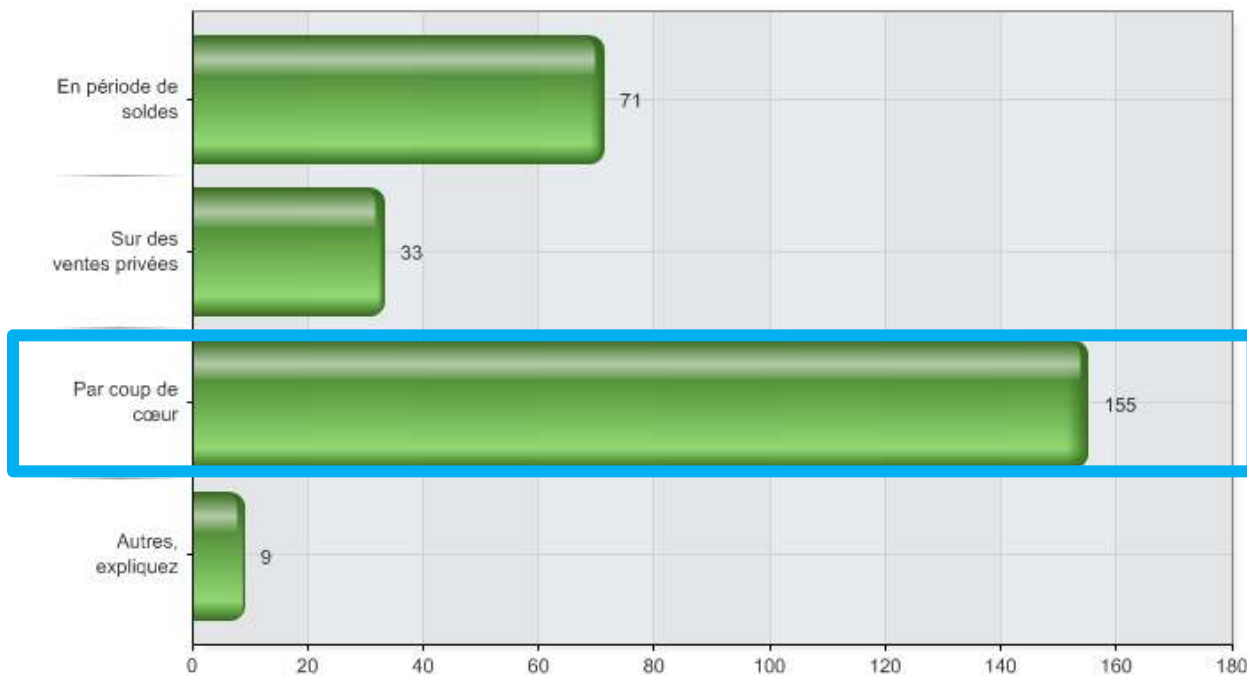
Conseil

Ne pas attendre les fêtes pour vendre plus



Un achat coup de cœur, un achat plaisir

Vos achats personnels de bijoux s'effectuent plutôt :

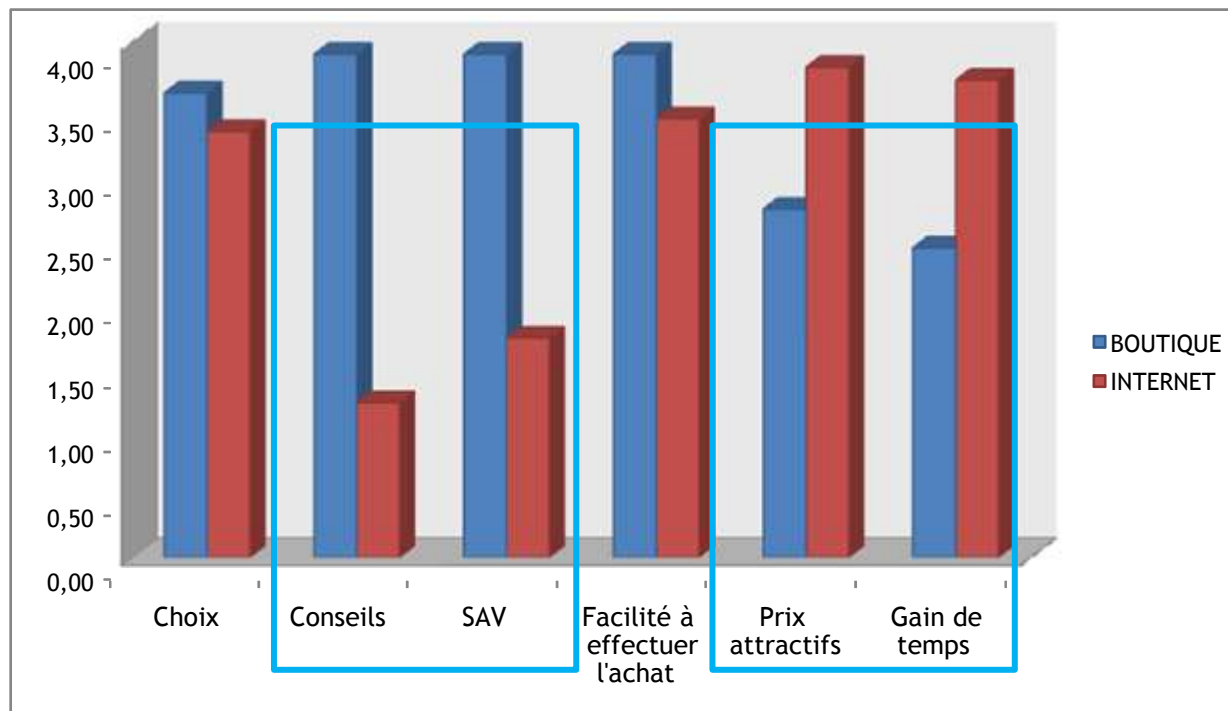


57% des répondants achètent spontanément des bijoux pour se faire plaisir

Total : 201 répondants



Un achat internet motivé par le facteur Prix & Temps



Utilisateurs

1. Les 2 points forts de l'achat de bijoux en ligne :
Prix & gain de temps
2. Les 2 points forts de l'achat de bijoux en magasin :
SAV & conseils

Total : 201 répondants du panel Altics

Total : 201 répondants

Conseil

1. Mettre en avant la qualité du SAV depuis votre site
2. Guidez davantage vos internautes (descriptions exhaustives, visuels produits de grandes tailles, hotline, etc.)



Les sites évoqués par les e-shoppers

Pouvez-vous citer des sites internet de vente de bijoux ?



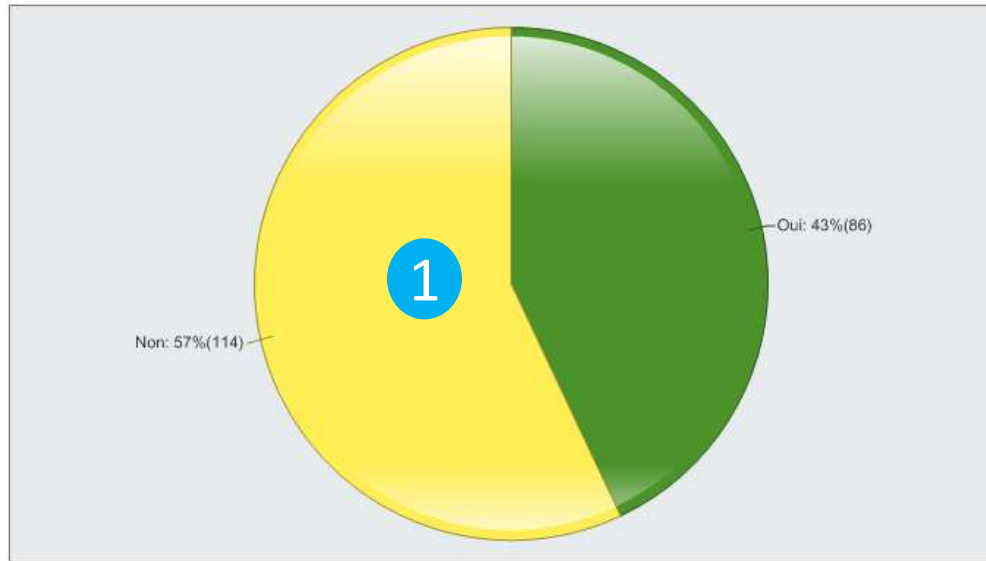
Total : 201 répondants du panel Altics

Total : 201 répondants



Une majorité de réfractaires à l'achat de bijoux en ligne

Avez-vous déjà acheté des bijoux sur internet ?



Utilisateurs

Une cible réticente qui reste à séduire: un potentiel de vente à ne pas sous estimer

1 57% des répondants n'ont jamais acheté de bijoux sur internet

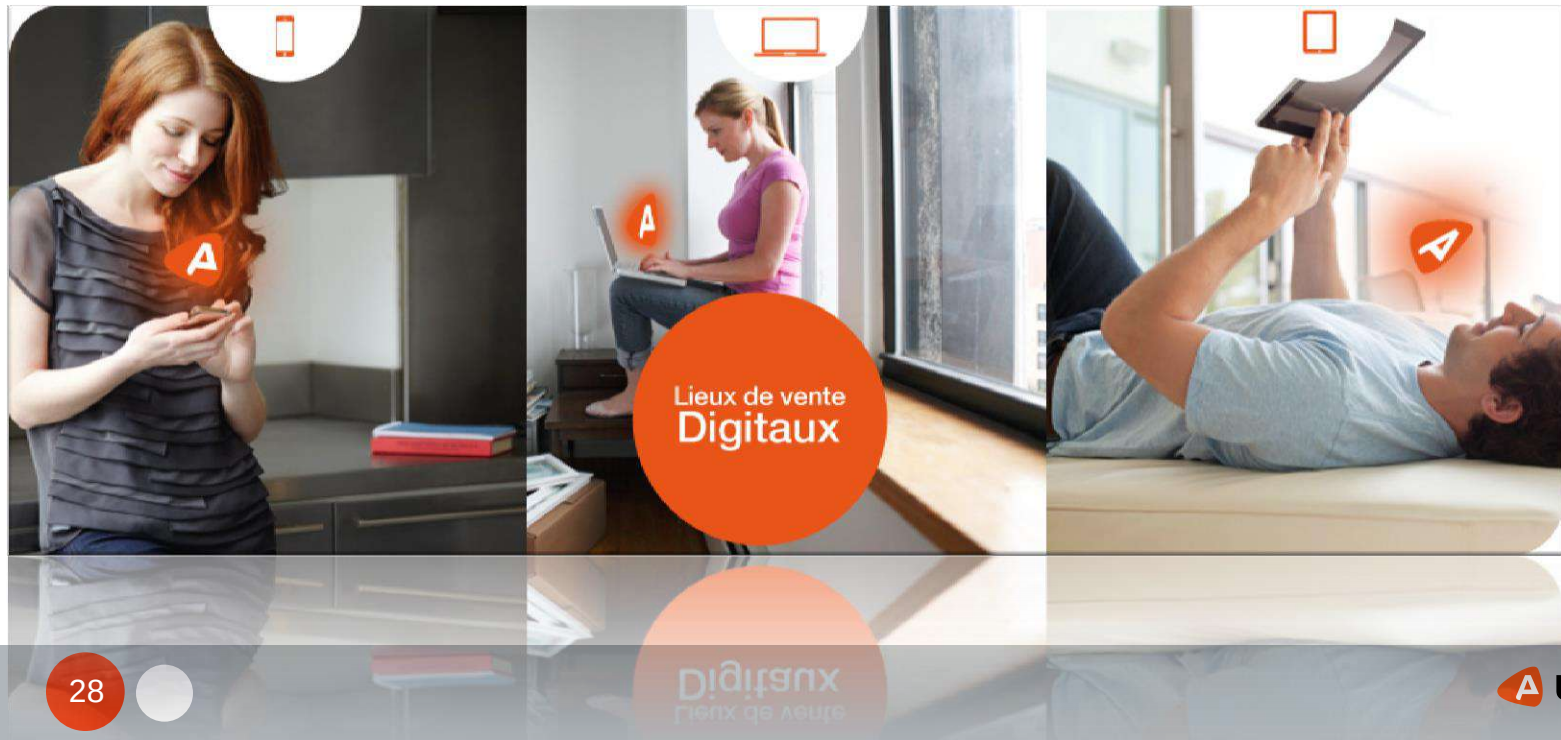
- **66%** préfèrent se rendre en boutique
- **62 %** estiment qu'internet ne se prête pas à l'achat de bijoux

Total : 201 répondants du panel Altics

Attentes des e-shoppers

> FREINS À L'ACHAT : CONSTATS

> ATTENTES FORTES



Des visuels jugés souvent décevants

Selon vous, internet se prête-t-il à l'achat de bijoux? Si non pourquoi?

« Photos non réalistes => **aperçu difficile** »

« On sait jamais quelles sont les vrais couleurs »

« Difficulté pour visualiser le bijou »

« Il est difficile de se rendre compte sur des photos »

« Je trouve qu'il est difficile de se rendre compte de ce à quoi ressemble véritablement un bijou sur internet »

« **Mauvaise représentation** des dimensions »

« Très dur d'apprécier taille, couleur, reflets, forme sur le net »

« **On ne voit pas la qualité, finition** »

Total : 201 répondants du panel Altics

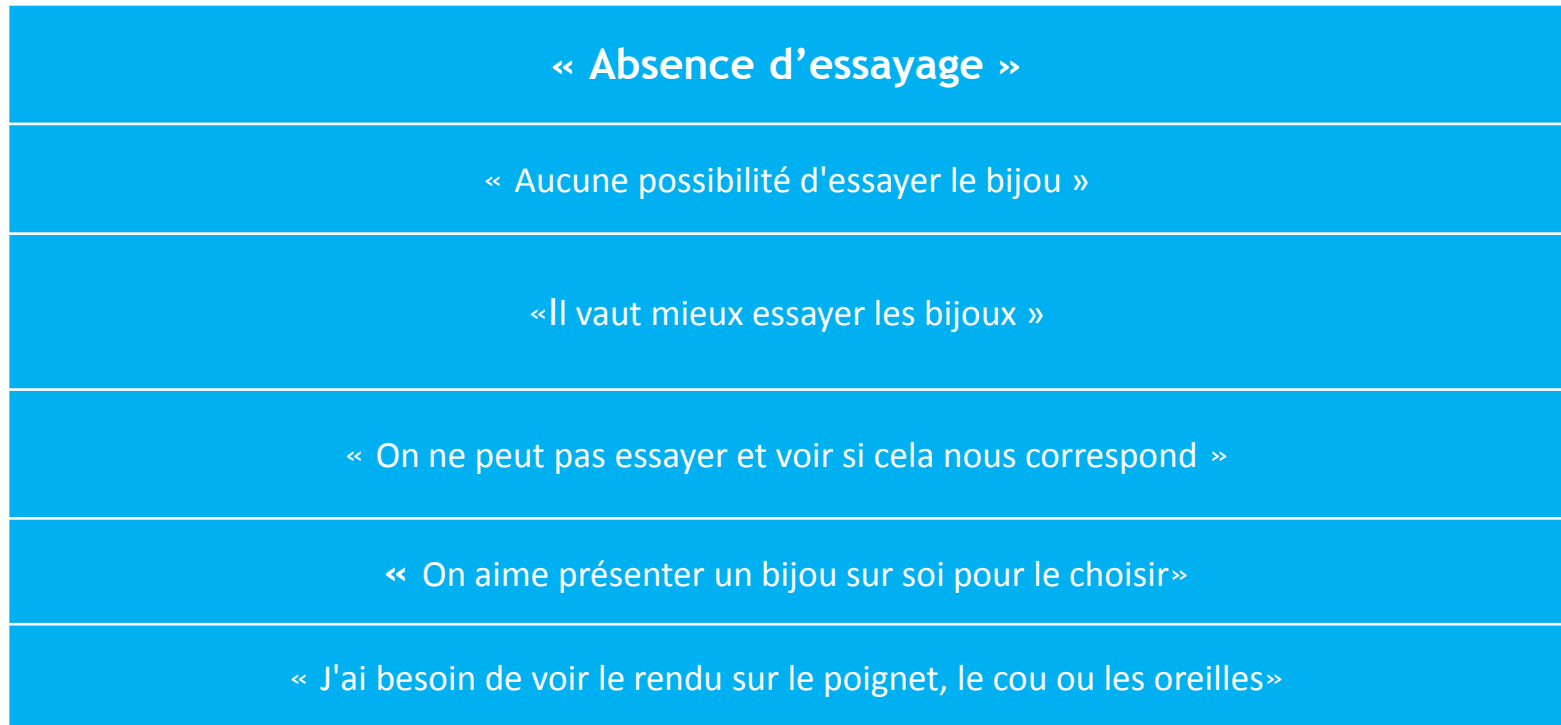
Utilisateurs

Des utilisateurs déçus de la qualité du visuel



Un essayage impossible qui nuit fortement au secteur du bijou

Selon vous, internet se prête-t-il à l'achat de bijoux? Si non pourquoi?



Total : 201 répondants du panel Altics

Utilisateurs

Des utilisateurs refreïnés



Des fiches produit incomplètes 1/2

Selon vous, internet se prête-t-il à l'achat de bijoux? Si non pourquoi?

« On ne connaît pas le poids »

« En boutique je vois la longueur du collier et des boucles, le poids »

« Je préfère avoir le bijoux en main propre, pour pouvoir apprécier la taille »

« On ne peut pas évaluer son poids »

« On ne peut pas voir la qualité du matériau »

« J'aime voir le bijou et apprécier sa taille, ce que ne permet pas internet »

Total : 201 répondants du panel Altics

Utilisateurs

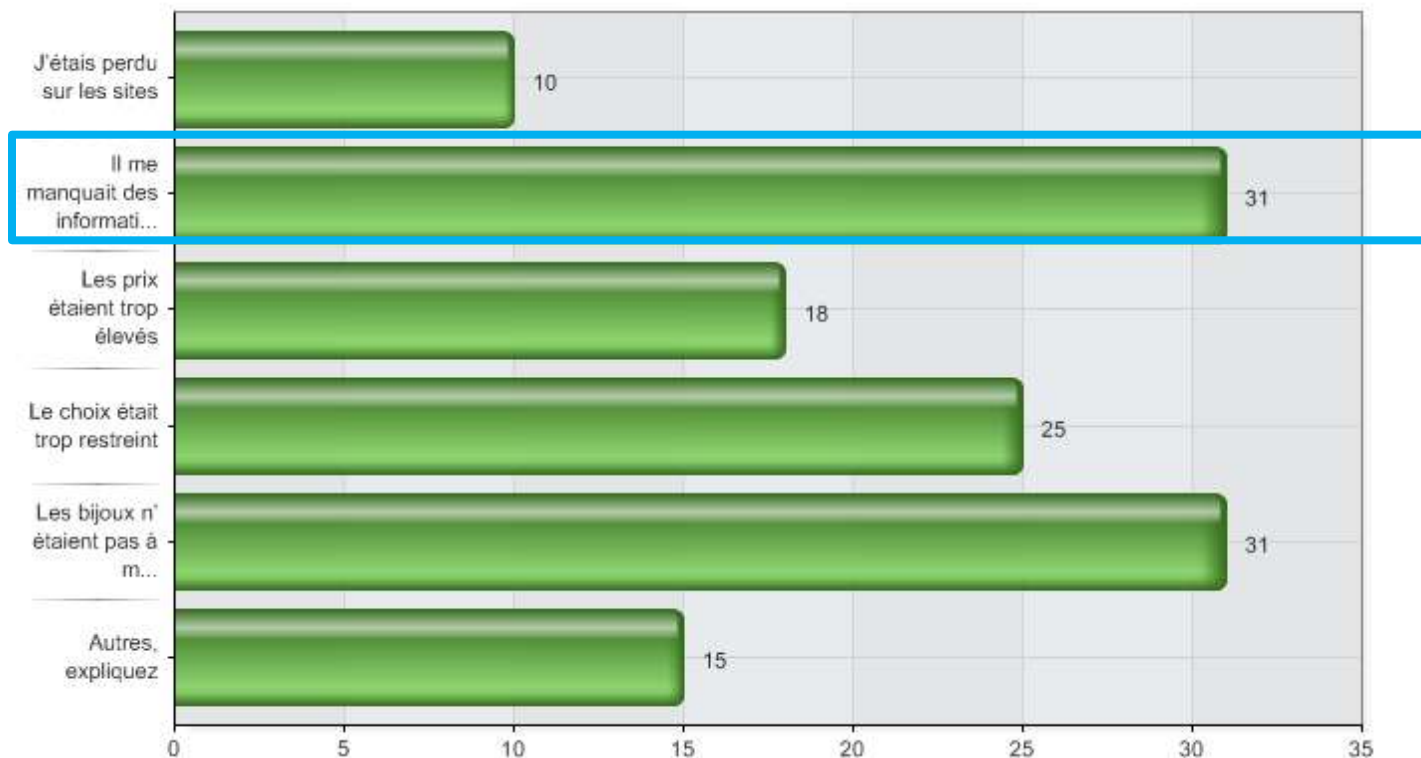
Des utilisateurs en manque d'information



Des fiches produit incomplètes 2/2

Si vous n'avez pas été satisfait des sites visités, quelles en sont les raisons ?

1



1

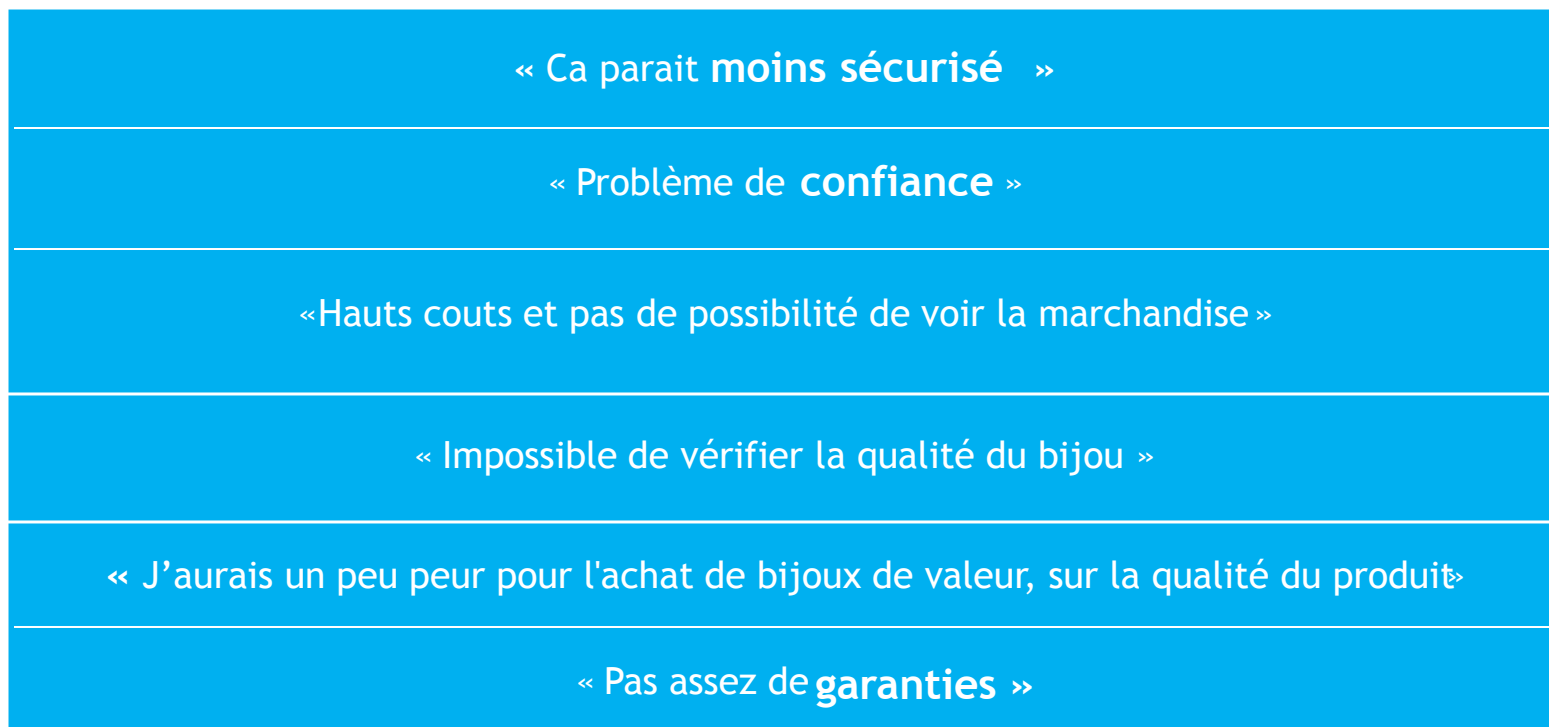
23% des répondants expriment leur insatisfaction par le manque d'informations disponibles relatives au bijou

Total : 201 répondants du panel Altics



Un manque de confiance marqué

Selon vous, internet se prête-t-il à l'achat de bijoux ? Si non pourquoi ?



Total : 201 répondants du panel Altics

Utilisateurs

Des utilisateurs inquiets

Attentes des e-shoppers

> FREINS À L'ACHAT : CONSTATS

> ATTENTES FORTES



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)



HomeMaison.com
Le 1^{er} spécialiste décoration Rideaux, Voilages, Coussins sur internet



ProTech
MONTE-CARLO
www.protech.mc

Contactez-nous

04 72 76 94 00
win@altics.fr



Un site séduisant, représentatif de l'univers des bijoux

Verbatim des tests utilisateurs dans le laboratoire d'Altics

« Le bijou c'est le glamour, le précieux, alors je ne veux pas aller sur un site conçu comme un stand de marché »

« Je veux que le site reflète l'image que je me fais du bijou, qu'il soit élégant et sobre pour mettre en valeur le bijou »

« Le bijou c'est pour moi aussi la fantaisie, je veux pas d'un site trop sobre, il faut un peu de pep's mais sans que ça soit trop non plus »

« Faut pas que le bijou soit oublié par le reste, les couleurs, les écritures du site tout ça »

Conseil

1. Faites ressortir le 'glamour' qui est en votre site
2. Adoptez un design séduisant à l'image du bijou

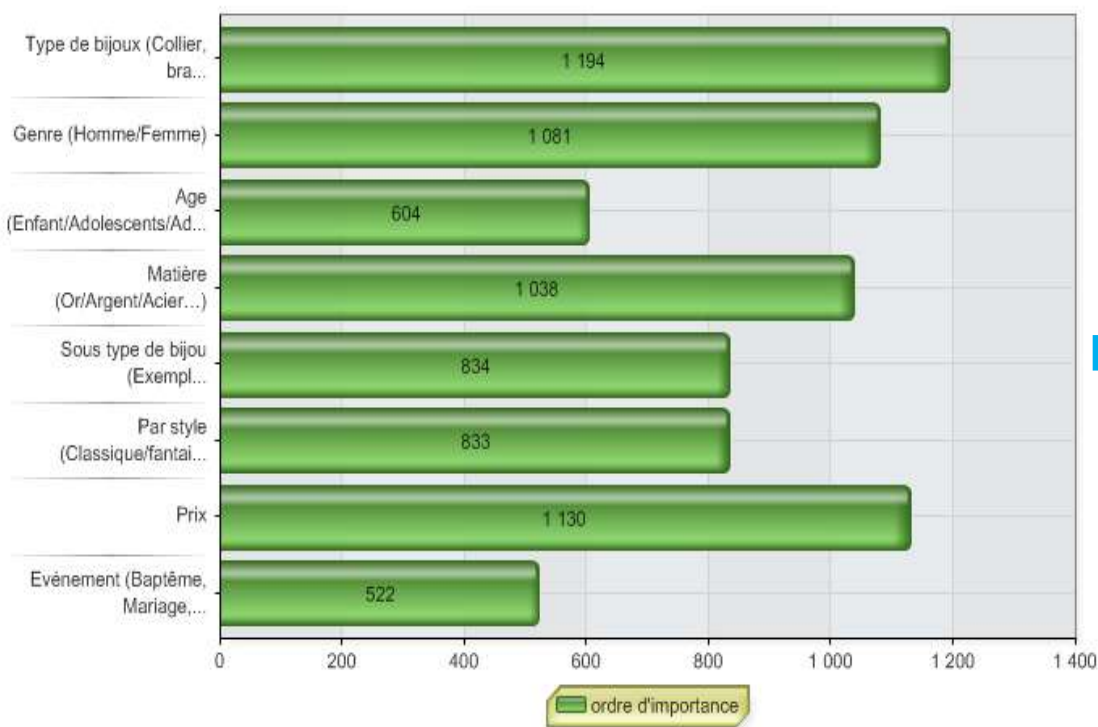
Total : 201 répondants du panel Altics





Une fonction de tri optimisée

Lors de ma recherche sur un site de vente en ligne de bijoux, j'aimerais pouvoir trier par :



1	Type de bijou
2	Prix
3	Genre (homme/femme)
4	Matière (or/argent)
5	Sous type de bijoux
6	Style
7	Age
8	Evénement

Classement par ordre d'importance des possibilités de tri

Total : 201 répondants du panel Altics

Conseil

Mettre en place une fonction de tri par type de bijou, prix, genre et matière



La liberté de flâner entre les produits > lèche vitrine

Selon vous, internet se prête-t-il à l'achat de bijoux? Si non pourquoi?

« **Les bijoux sont faits pour être vus**, les sites internet sont parfois mal conçus pour qu'on puisse en profiter »

« J'aimerais que les sites soient conçus comme si on pouvait faire du lèche-vitrine où les bijoux sont mis en valeur »

« Je fonctionne **au coup de cœur**, en passant »

« Je veux pouvoir parcourir l'ensemble des bijoux sans que ça me paraisse interminable »

Total : 201 répondants du panel Altics

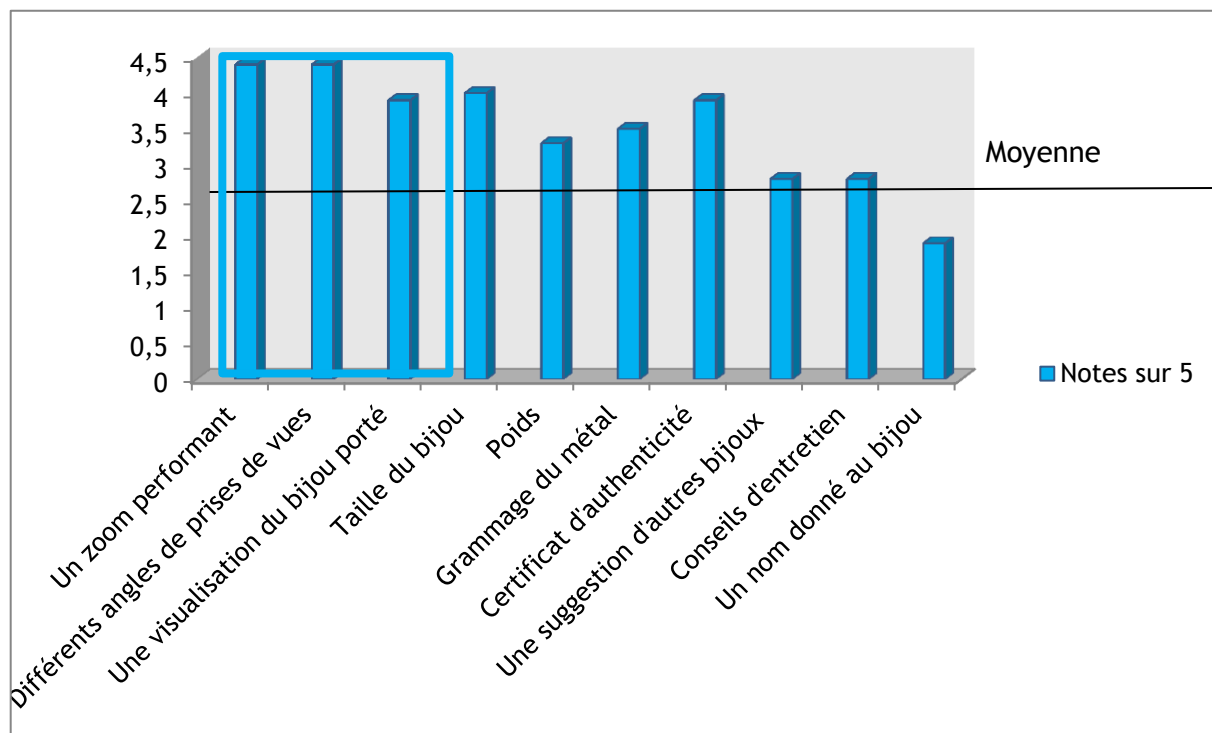
Conseil

1. Offrez la possibilité de parcourir les collections
(pages thématiques par catégories de bijoux)
2. Mettre au premier plan les visuels sur la page recherche



Fiche produit > Un visuel 'proche' du réel

Dans la fiche produit, j'aimerais que soit présent (classez par ordre d'importance)



Un zoom performant	4,4 / 5
Différents angles de prise de vue	4,4 / 5
Visualisation du bijou porté	3,9 / 5

Total : 201 répondants du panel Altics

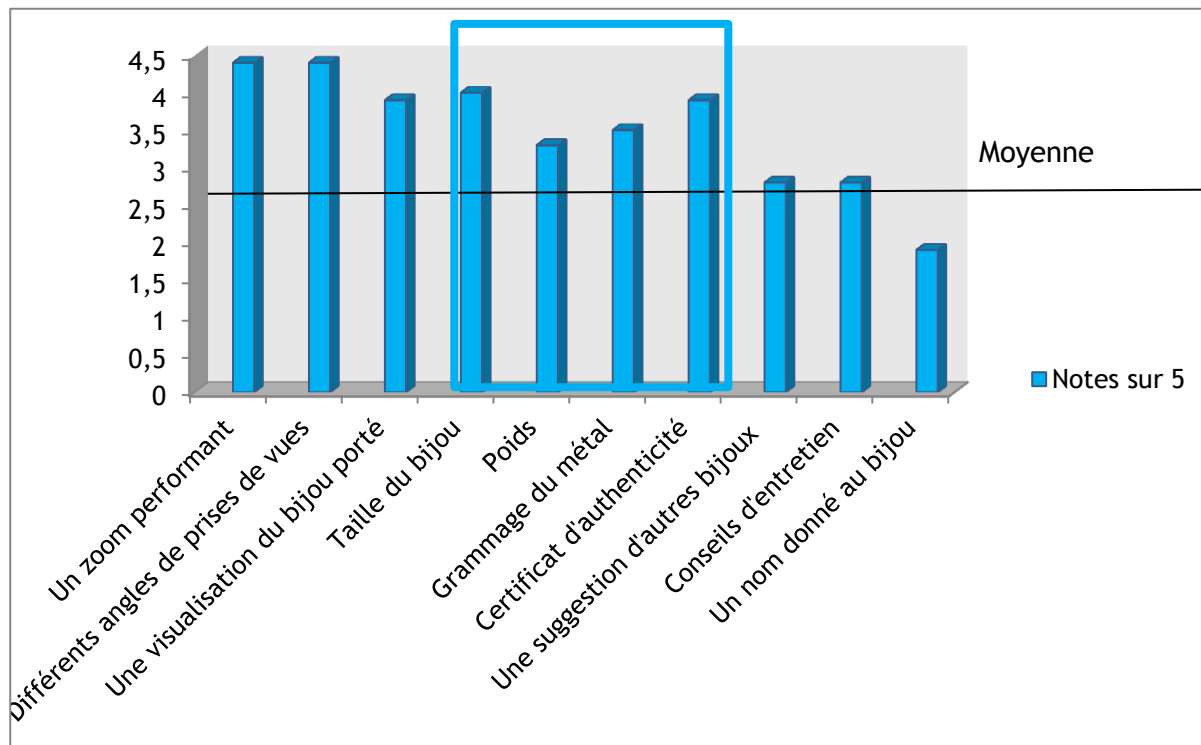
Conseil

1. Séduisez en affichant de grands visuels et un zoom de qualité
2. Proposez des visuels sous différents angles
3. Affichez des visuels portés



Une fiche produit plus complète

Dans la fiche produit, j'aimerais que soit présent (classez par ordre d'importance)



Taille	4 / 5
Poids	3,3 / 5
Grammage du métal	3,5 / 5
Certificat d'authenticité	3,9 / 5

Conseil

Apportez des garanties : taille, poids, qualité du métal et grammage

Total : 201 répondants du panel Altics



Commande > Des éléments de réassurance mis en avant

Verbatim des tests utilisateurs dans le laboratoire d'Altics

« J'ai besoin d'être rassurer pour l'achat d'un bijou, je ne veux pas de mauvaises surprise »

« J'ai besoin de sécurité pour l'envoi »

« J'ai besoin de certitudes en ce qui concerne la livraison et le paiement. »

« J'aimerais bien une hotline très explicite qui nous dise qu'il y a des gens derrière ce site et pas un simple numéro »

Conseil

1. Accompagnez vos visiteurs tout au long de leur parcours (hotline)
2. Mettez en avant les éléments de confiance dès la page d'accueil

Total : 201 répondants du panel Altics

Comportement des e-shoppers

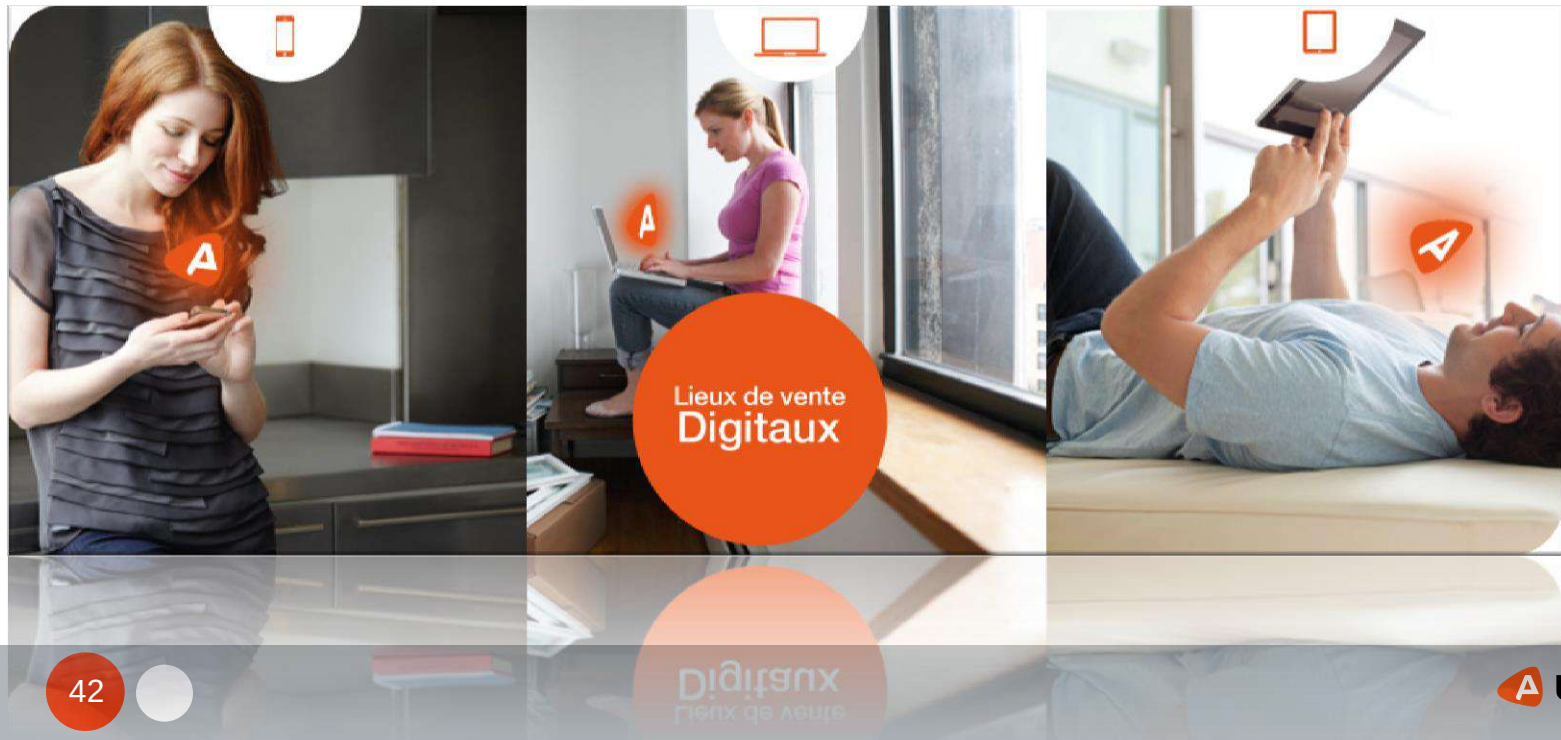
> PAGE D'ACCUEIL

> PREMIÈRES IMPRESSIONS

> NAVIGATION

> L'ACCÈS AU PRODUIT

> PROCESSUS DE COMMANDE



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)



celio*



EXPERTISSIM

Contactez-nous

04 72 76 94 00

win@altics.fr



« Sobre, mais clair, chic et glamour, comme les bijoux » / « Trop terne, donne moins envie d'acheter, ça ne correspond pas à ma représentation du bijoux »



« Le nom fait bas de gamme, ne donne pas envie » / « L'œil pétille, les bijoux sont mis en valeur »



« On connaît la marque c'est pas pareil, c'est l'univers d'Agatha, plus visuel, plus jeune, comme leur bijoux »



« Noir, sombre, fait pas bijoux » « vente sur les marchés »



« J'aime moins les couleurs, ça fait moins classe, moins site de bijoux, les gros carrés livraison, paiement ça fait pas bijoux, ça fait discount »



« Pioufffff » pas joli au niveau des couleurs et du style, les bijoux ne sont pas mis en avant » / « Le jaunâtre fait argent c'est en accord »

Utilisateurs

Le site doit séduire et être à l'image du bijou: glamour

Comportement des e-shoppers

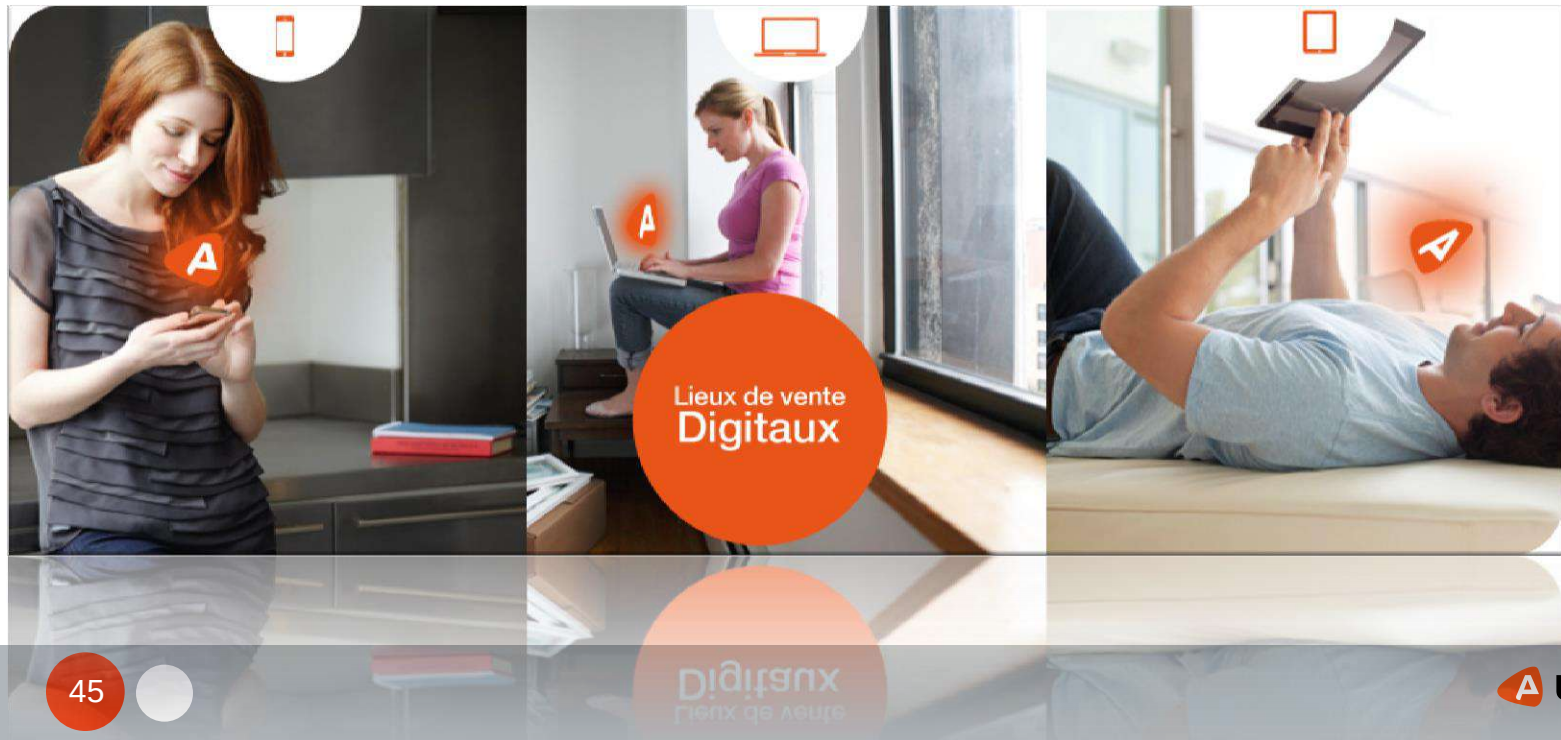
> PAGE D'ACCUEIL

> PREMIÈRES IMPRESSIONS

> NAVIGATION

> L'ACCÈS AU PRODUIT

> PROCESSUS DE COMMANDE





Agatha > Un accès à la boutique e-Commerce très complexe



Grâce à l'Eye tracking et à l'outil AOI, nous avons pu déterminer le temps nécessaire pour accéder à l'e-boutique

	Temps moyen
Accès e-Boutique 1	18 sec
Accès e-Boutique 2	26 sec

- Utilisateurs
1. Les utilisateurs ont en moyenne mis 22 secondes pour accéder au site e-Marchand
 2. 9 utilisateurs sur 12 sont perdus dès l'arrivée sur le site

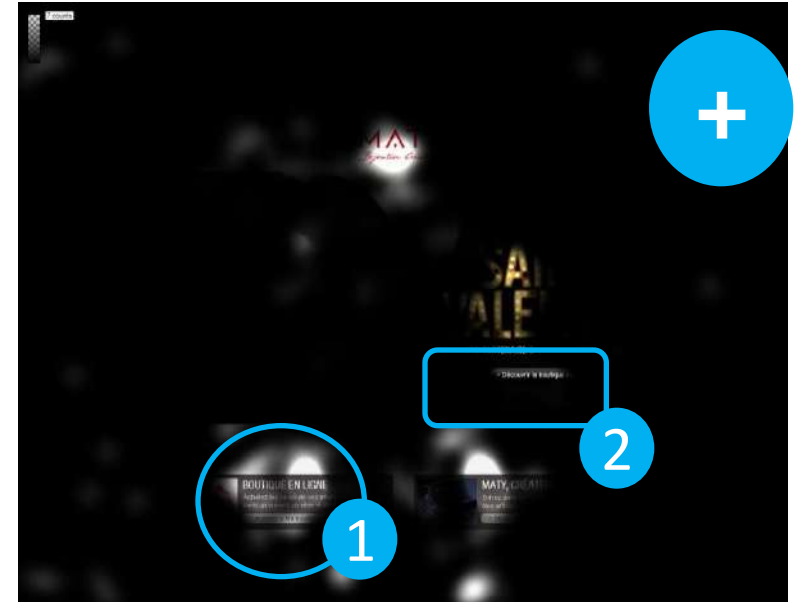


« e-boutique difficile à trouver »

« Je suis allée sur collections en pensant trouver les bijoux à acheter »



Maty > Un accès à la boutique e-Commerce très fluide



Carte d'occultation Eye Tracking:
seules les zones blanches ont été perçues

Utilisateurs

Un accès à l'e-boutique repéré en seulement 5 secondes grâce à deux boutons d'action au wording très explicite

Conseil

Facilitez l'accès à l'e-boutique



Maty > Une page d'accueil qui guide la recherche (1/2)



20 sec

Les gaze plot, outil de l'Eye tracking, permettent de représenter le parcours visuel du participant.

Utilisateurs

Le regard est essentiellement porté sur :

1. Les entrées utiles pour effectuer la recherche
2. Les bijoux présentés en aperçu



"Claire et intuitive"

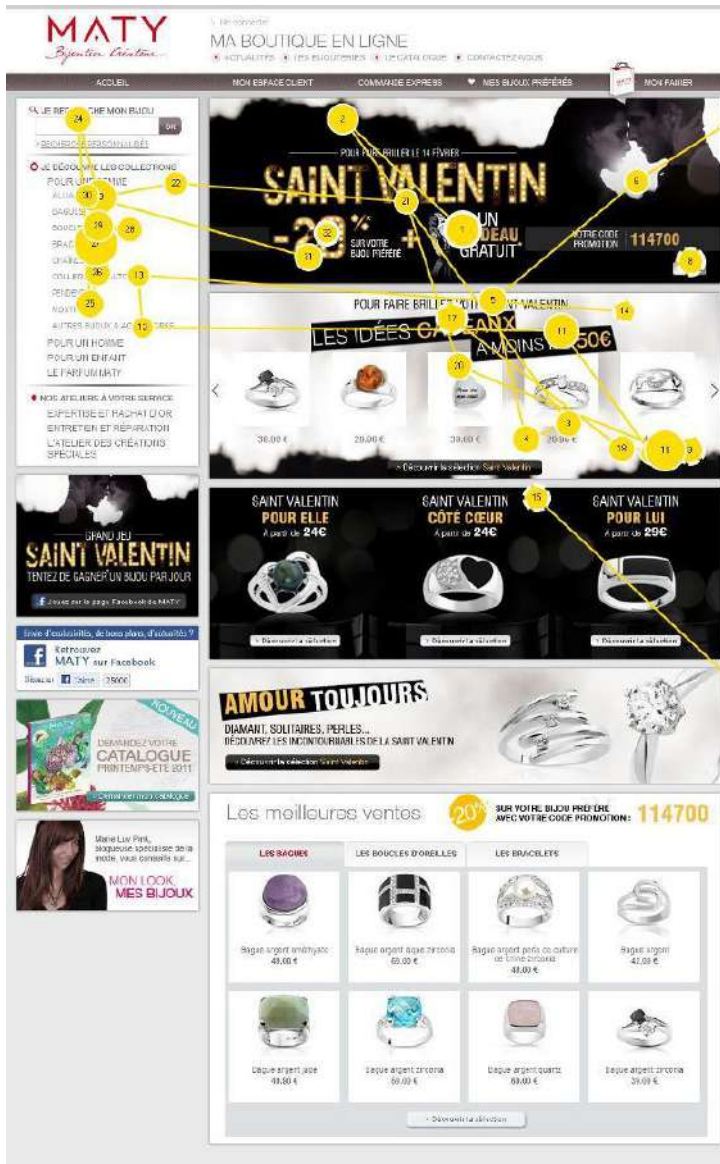
« Mise en avant des bijoux »

« **Donne envie** de parcourir le site »

Conseil

1. Clarifier la page d'accueil
2. Faciliter l'accès à la recherche
3. Mettre en avant le 'glamour' du bijou

Maty > Une page d'accueil qui guide la recherche (2/2)



Utilisateurs

Des utilisateurs qui repèrent très rapidement les axes d'entrée vers l'offre

Gazeplot: parcours type de 2 utilisateurs

Comportement des e-shoppers

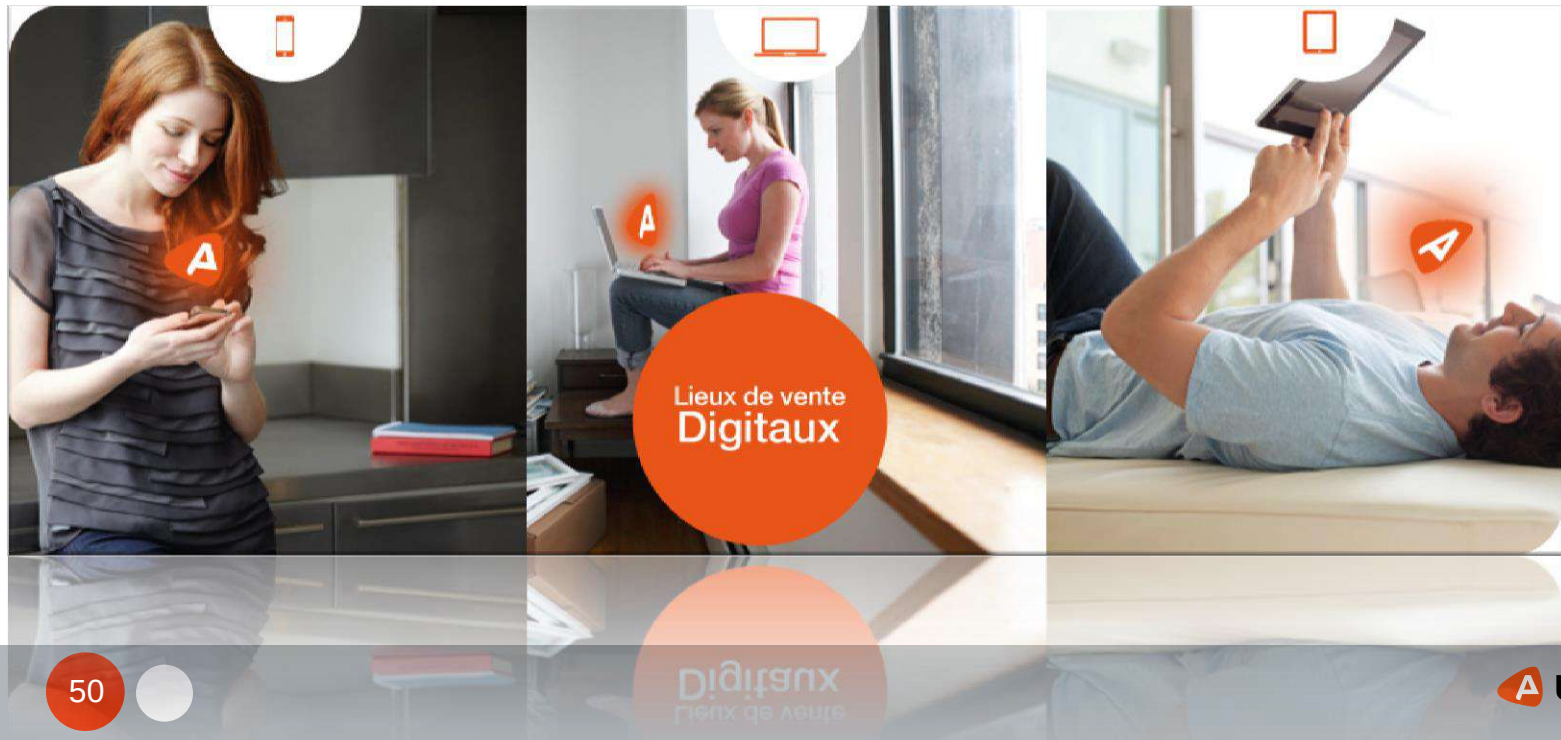
> PAGE D'ACCUEIL

> L'ACCÈS AU PRODUIT

> MAUVAISES PRATIQUES

> BONNES PRATIQUES

> PROCESSUS DE COMMANDE



1001 bijoux > Un tri insuffisant qui alourdit la recherche

Accueil

Femme

Bijoux Acier

Bijoux Argent

- Alliances argent
- Bagues argent
- Bagues enpierrées
- Bijoux lingerie
- Boucles d'oreille argent
- Boucles d'oreille enpierrées
- Bracelets argent
- Bracelets argent classique
- Bracelets enpierrés
- Broches argent
- Chaînes argent
- Colliers argent
- Colliers enpierrés
- Colliers prénom argent
- Cordons argent
- Gourmettes argent
- Parure de corps argent
- Pendentifs argent
- Pendentifs argent à graver
- Piercing nombril
- Pins argent

Bijoux Bicolore

Bijoux Fantaisie

Bijoux Plaqué or

Bijoux Argent

Matière précieuse par nature, l'argent est le plus ductile et le plus malléable des métaux. Cette propriété permet aux créateurs de laisser libre cours à leur imagination. Comme en cuisine, nous nous surprenons à mélanger l'argent à donner à nos Bijoux Argent des courbes osées et singulières. Une touche de fantaisie, un brin de chic confèrent à nos bijoux argent cet air si particulier qui a su forger l'image de 1001 Bijoux.

Des plus traditionnels aux plus extravagants, vous découvrirez avec émerveillement près de 2 000 bijoux...

Pins argent

Chaînes argent

Pendentifs argent

Colliers enpierrés

Bracelets argent classique

Bracelets argent

Parure de corps argent

Boucles d'oreille argent

Boucles d'oreille enpierrées

- Utilisateurs
1. L'utilisateur ne peut trier que par matière et type de bijoux ce qui rallonge considérablement son temps de recherche
 2. La page de résultats de la recherche n'est pas affinée

« L'affinage n'est pas suffisant »

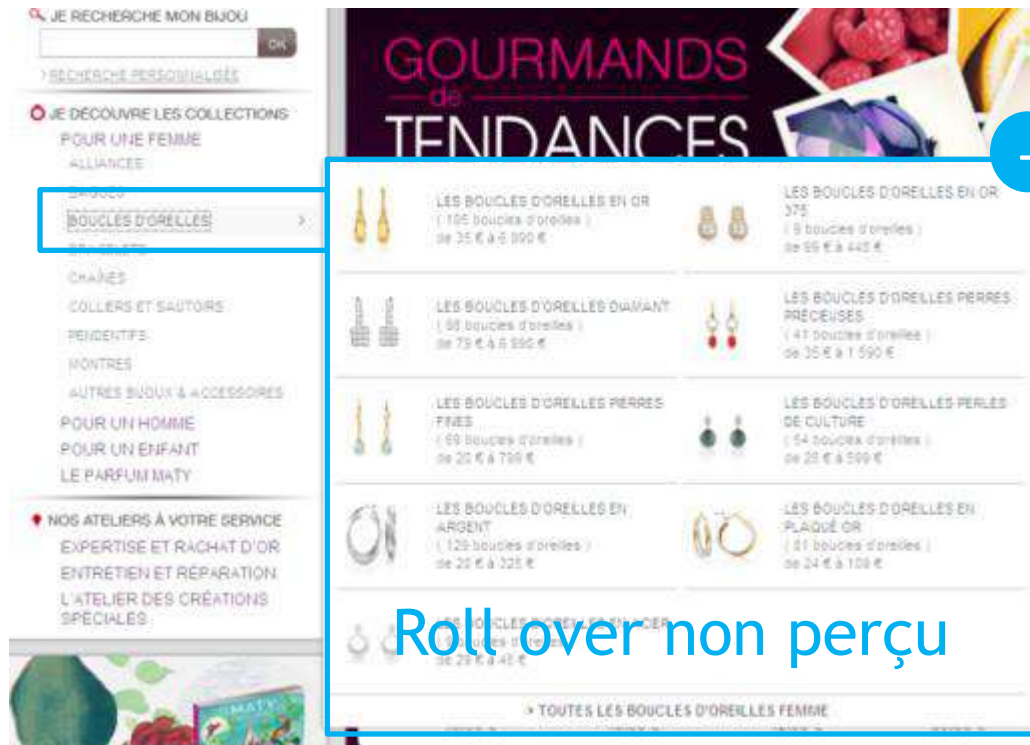
« Il y a trop de résultats on a l'impression qu'on va y passer des heures »

Conseil

Prévoir un affinage suffisant en fonction de l'offre, au-delà du tri par bijoux, et par matière



Maty > Une possibilité d'affiner non perçue (1/2)



Utilisateurs

1. Un roll over non optimisé
2. 8 utilisateurs sur 12 cliquent directement sur l'onglet 'boucles d'oreille' et ne voient pas les sous-catégories
3. Les utilisateurs sont par la suite perdus dans les résultats de la recherche

« Je n'avais pas vu les catégories »

« Je ne savais pas comment trier, il y avait trop de résultats, j'étais perdu »

Conseil

Intégrer un outil de recherche intuitif, pour un meilleur accès au produit

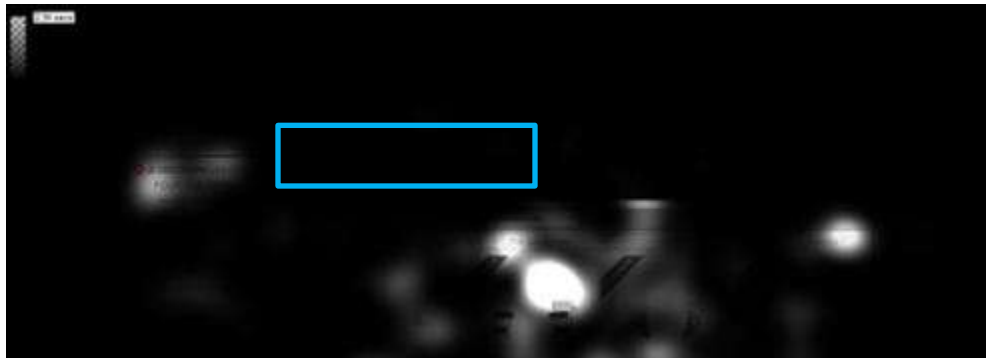
Maty > Une possibilité d'affiner non perçue (2/2)



Utilisateurs

90% des utilisateurs n'ont pas perçu la possibilité d'affiner

-> Un accès au produit complexe



Carte d'opacité



« Je n'avais pas vu « je choisis mes boucles » »

« La recherche n'est pas du tout intuitive »

« Il y avait beaucoup trop de résultats »

Conseil

Augmenter la visibilité des outils de tri afin de fluidifier la recherche



Agatha > Une page de recherche incomplète



Utilisateurs

1. Les utilisateurs regrettent l'absence d'informations pertinentes comme la disponibilité.
2. Ils doivent faire plusieurs allers et retours entre la fiche produit et la page de résultats.
3. Ils perdent du temps et deviennent insatisfaits

Capture d'écran de Février 2012 > Le site Agatha à rajouter l'information prix en page liste qui n'était pas présente lors des tests utilisateurs de 2011

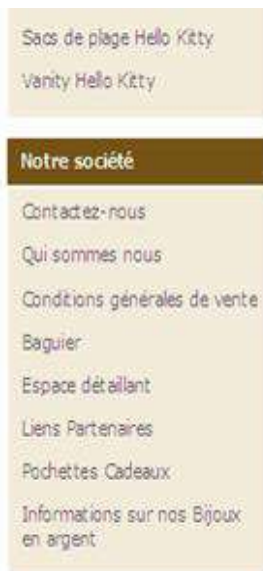
Conseil

- Veiller à intégrer**
1. Le prix du bijou
 2. Sa disponibilité

« On perd du temps à aller sur la fiche produit et revenir sans cesse car (...) ce n'est plus dispo, au bout d'un moment **j'ai envie de quitter le site** »



Bijoux en argent > Un visuel qui ne met pas en valeur le bijou



Utilisateurs

1. Un manque de contraste observé sur les boucles par rapport au fond blanc, les utilisateurs les distinguent mal.

2. Les visuels sont trop petits, les e-shopeurs doivent presque deviner le bijou.

3. Ces détails n'incitent pas à poursuivre sur le site. Le bijou doit être vu pour plaire.

«Fond blanc pas agréable, pas explicite, on ne voit pas bien les boucles »

Conseil

Mettre des photos qui permettent de bien distinguer le bijou

Comportement des e-shoppers

> PAGE D'ACCUEIL

> L'ACCÈS AU PRODUIT

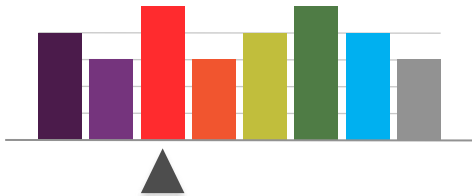
> MAUVAISES PRATIQUES

> BONNES PRATIQUES

> PROCESSUS DE COMMANDE



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)



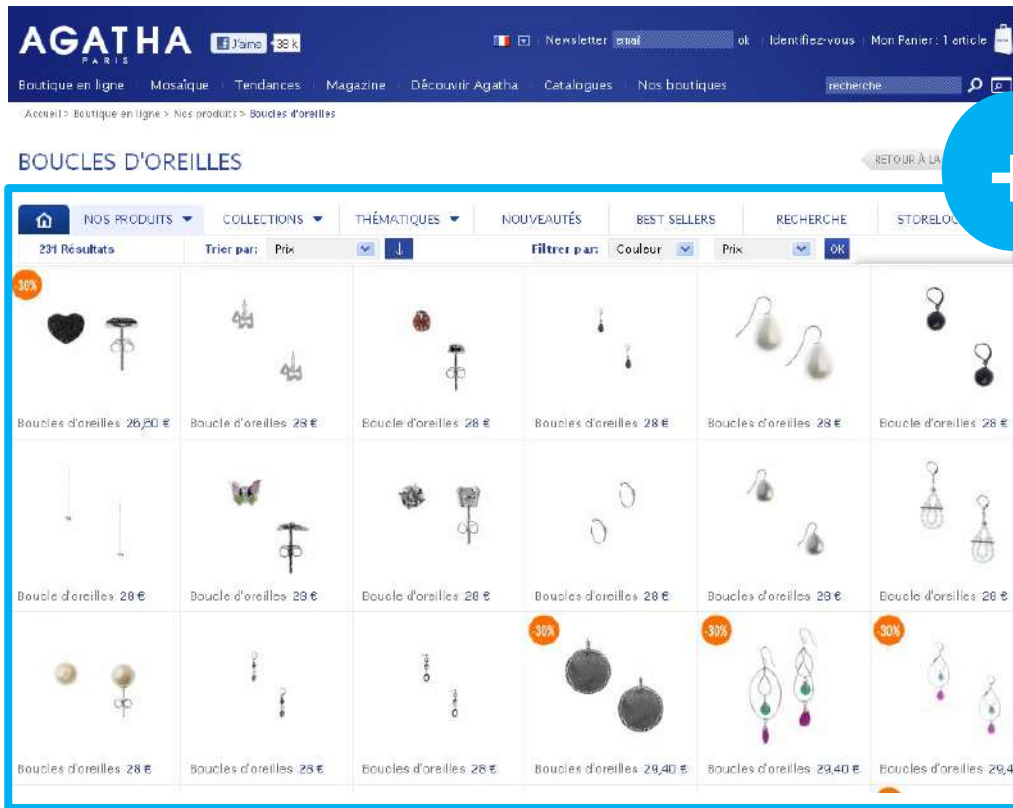
Contactez-nous

04 72 76 94 00

win@altics.fr



Agatha > Une page recherche qui permet de flâner



Utilisateurs

1. L'utilisateur peut voir l'ensemble de la collection de boucles d'oreille sur la même page

2. La recherche est jugée plaisante, il n'y a pas un nombre conséquent de pages affichées

3. Les visuels sont grands et mettent en valeur le bijou pour le plus grand plaisir des e-shoppers

Capture d'écran mise à jour en Février 2012

« Toute la collection de boucles sur une même page, ça permet de flâner et de ne rien louper »

Conseil

Inviter les e-shoppers à la flânerie car l'achat de bijou est un achat plaisir



Le Manège à bijoux > Un moteur de recherche performant



Utilisateurs

1. L'utilisateur peut trier par type de bijou, genre, matière, prix, ce qui permet un meilleur affinage des résultats
2. Le tri s'effectue rapidement sur la même barre de recherche

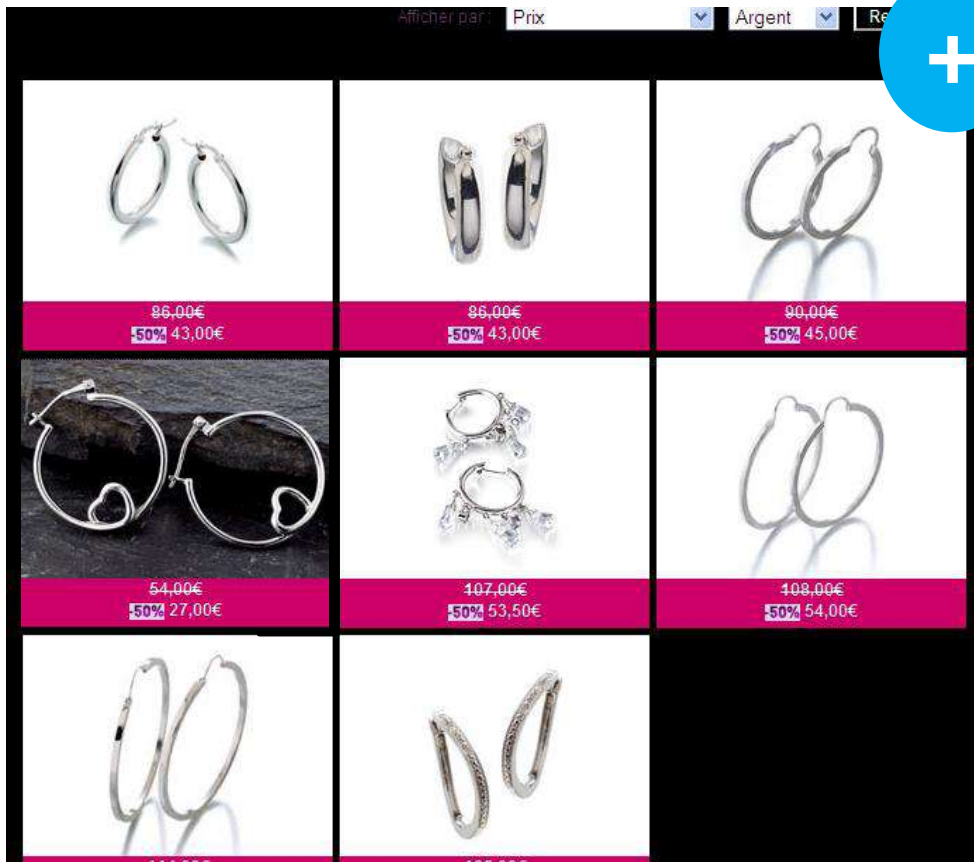
« Plus **rapide** on sélectionne directement ce qu'on veut en une fois »

Conseil

1. Prévoir un tri suffisant en fonction de l'offre
2. Intégrer un moteur de recherche facile d'utilisation pour permettre à l'e-shopper d'accéder rapidement au bijou souhaité



Jean Delatour > Un visuel de qualité au service du bijou



Utilisateurs

1. Les e-shoppers apprécient le contraste du visuel qui permet de mieux distinguer le bijou.
2. La taille et la prise de vue sont des éléments indispensables à la mise en valeur de la boucle d'oreille.
3. Le fond sur pierre n'est pas jugé qualitatif. En revanche les participants considèrent qu'il est davantage au service du bijou que le fond blanc.

« On voit bien les photos, il y a une bonne prise de vue et la présence de l'ombre donne du contraste par rapport au fond blanc »

« Bon les pierres c'est pas terrible, et c'est pas agréable par rapport aux autres fonds blanc, par contre ça met bien la boucle en valeur »

Conseil

Induire le coup de cœur grâce à

1. La taille
2. Le contraste
3. La prise de vue

Comportement des e-shoppers

> PAGE D'ACCUEIL

> L'ACCÈS AU PRODUIT

> PROCESSUS DE COMMANDE

> MAUVAISES PRATIQUES

> BONNES PRATIQUES



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

orexad
fournitures industrielles

HOME CINÉ
SOLUTIONS

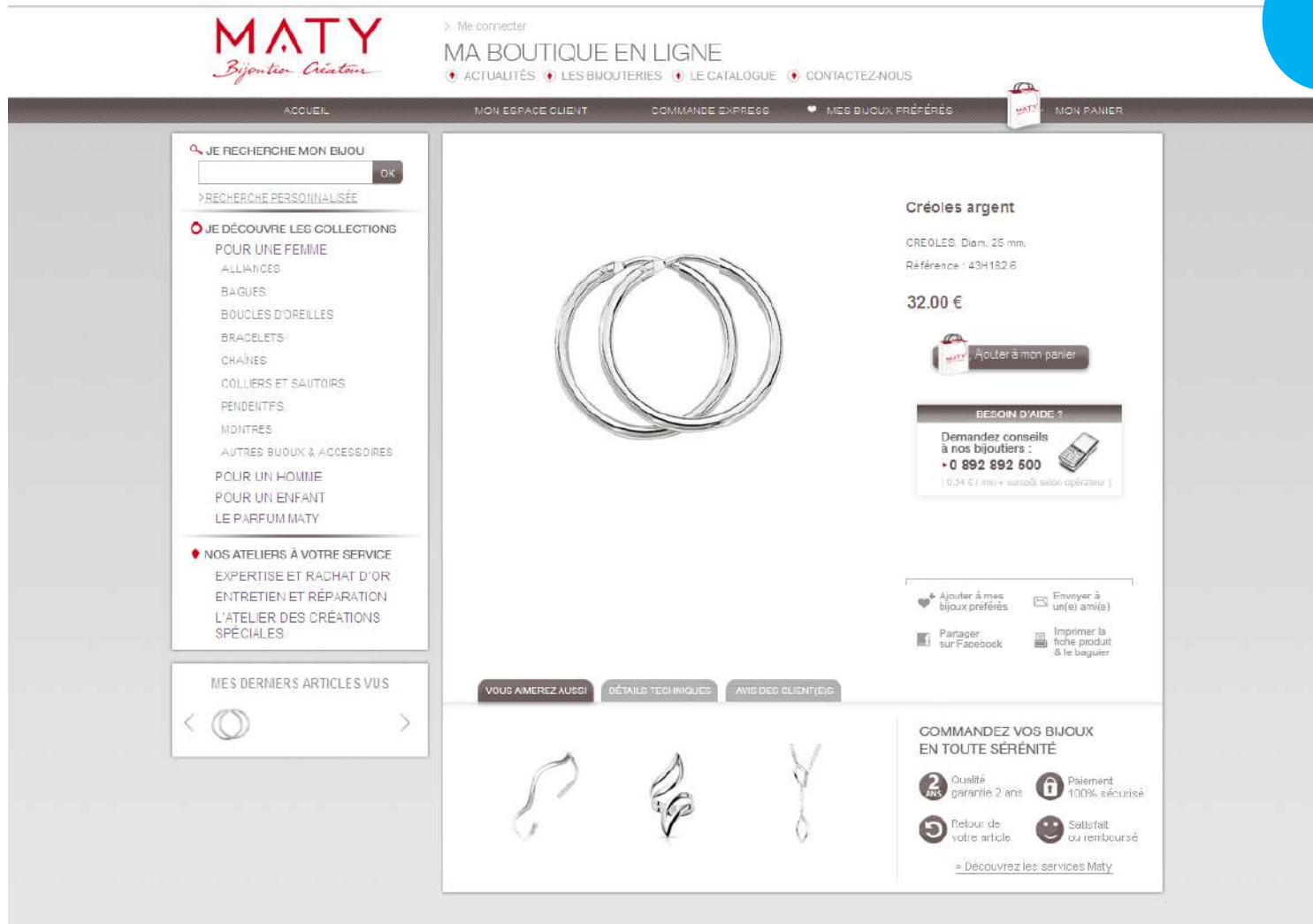
RAJA

Contactez-nous

04 72 76 94 00

win@altics.fr

Maty > Une fiche produit incomplète (1/2)



The screenshot shows the Maty website interface. At the top, the Maty logo is on the left, and navigation links like 'Me connecter', 'MA BOUTIQUE EN LIGNE', 'ACTUALITÉS', 'LES BIJOUTERIES', 'LE CATALOGUE', and 'CONTACTEZ-NOUS' are on the right. Below the header, a dark navigation bar contains links: 'ACCUEIL', 'MON ESPACE CLIENT', 'COMMANDE EXPRESS', 'MES BIJOUX PRÉFÉRÉS', and 'MON PANIER'. The main content area is divided into three columns. The left column has a search bar, a 'RECHERCHE PERSONNALISÉE' link, and two sections: 'JE DÉCOUVRE LES COLLECTIONS' (listing various jewelry types) and 'NOS ATELIERS À VOTRE SERVICE' (listing services like repair and gold buying). The middle column features a large image of 'Créoles argent' (silver hoop earrings) and a smaller image of a necklace. The right column displays the product name 'Créoles argent', its specifications (Diam. 25 mm, Référence : 43H182 B), the price '32.00 €', and an 'Ajouter à mon panier' button. Below the price, there is a 'BESOIN D'AIDE ?' section with contact information for jewelry consultants. At the bottom of the main content area, there are three tabs: 'VOUS AIMerez AUSSI', 'DÉTAILS TECHNIQUES', and 'AVIS DES CLIENTS'. The 'VOUS AIMerez AUSSI' tab is active, showing three small images of other jewelry items. To the right of these tabs, there is a 'COMMANDEZ VOS BIJOUX EN TOUTE SÉRÉNITÉ' section with icons and text: '2 ans Qualité garantie 2 ans', ' Paiement 100% sécurisé', 'Retour de votre article', and 'Satisfait ou remboursé'. A link 'Découvrez les services Maty' is at the bottom of this section.

MATY
Bijouterie Création

> Me connecter
MA BOUTIQUE EN LIGNE
● ACTUALITÉS ● LES BIJOUTERIES ● LE CATALOGUE ● CONTACTEZ-NOUS

ACCUEIL MON ESPACE CLIENT COMMANDE EXPRESS MES BIJOUX PRÉFÉRÉS MON PANIER

JE RECHERCHE MON BIJOU
OK
> RECHERCHE PERSONNALISÉE

JE DÉCOUVRE LES COLLECTIONS
POUR UNE FEMME
ALLIANCES
BAGUES
BOUCLES D'OREILLES
BRACELETS
CHAÎNES
COLLIERS ET SAUTOIRS
PENDENTIFS
MONTRES
AUTRES BIJOUX & ACCESSOIRES
POUR UN HOMME
POUR UN ENFANT
LE PARFUM MATY

NOS ATELIERS À VOTRE SERVICE
EXPERTISE ET RACHAT D'OR
ENTRETIEN ET RÉPARATION
L'ATELIER DES CRÉATIONS SPÉCIALES

MES DERNIERS ARTICLES VUS
< >

Créoles argent
CREOLES Diam. 25 mm
Référence : 43H182 B
32.00 €
Ajouter à mon panier

BESOIN D'AIDE ?
Demandez conseils à nos bijoutiers :
• 0 892 892 600
(0,04 € / min + taxes selon opérateur)

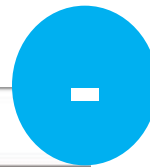
Ajouter à mes bijoux préférés Envoyer à un(e) ami(e)
Partager sur Facebook Imprimer la fiche produit & le bijou

VOUS AIMerez AUSSI **DÉTAILS TECHNIQUES** **AVIS DES CLIENTS**

COMMANDEZ VOS BIJOUX EN TOUTE SÉRÉNITÉ
2 ans Qualité garantie 2 ans Paiement 100% sécurisé
Retour de votre article Satisfait ou remboursé
» Découvrez les services Maty



Maty > Une fiche produit incomplète (2/2)



Utilisateurs

1. Les utilisateurs en quête d'information qui parcourent la fiche produit dans ses recoins

2. Une absence d'informations essentiels sur le bijou

3. Un visuel jugé pauvre

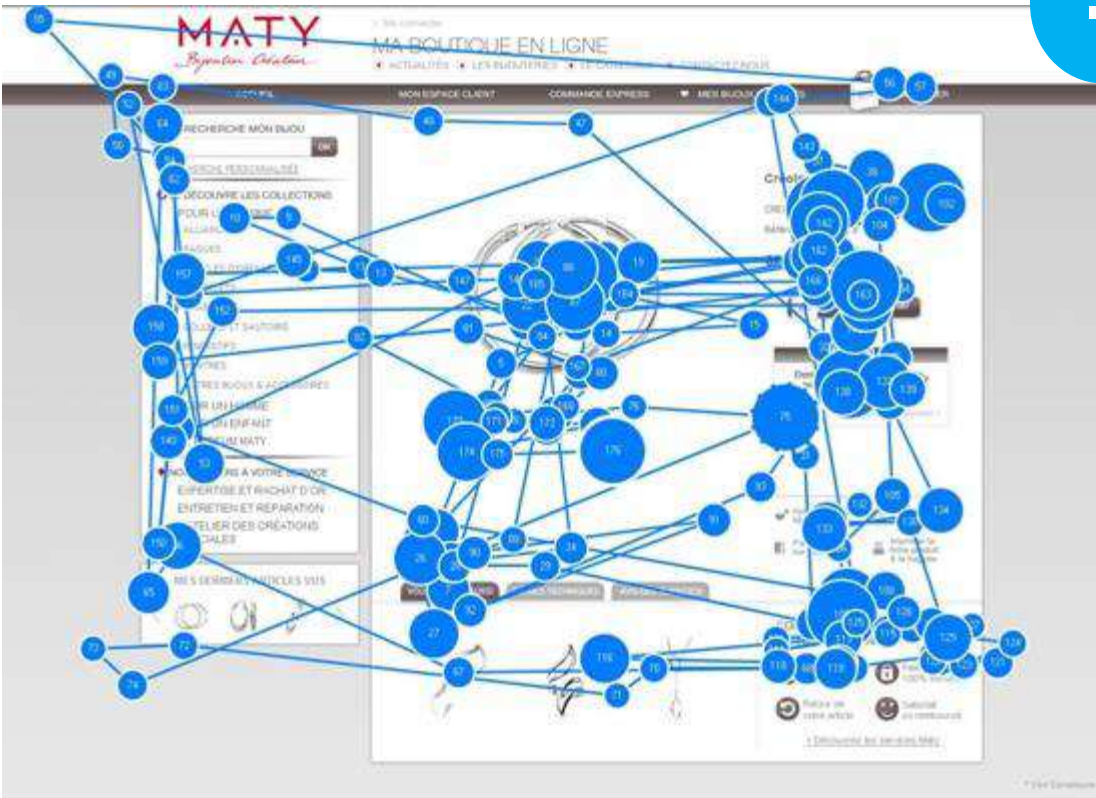
« Suivant les fiches produits il n'a pas la taille »

« Il n'y a rien dans les avis »

« Il manque des infos on ne peut pas zoomer »

« Pas de représentativité sur la personne »

« Plaqué argent? Ou Argent? »



Gaze plot : parcours type d'un utilisateur





1001 Bijoux > Un wording 'brut' peu adapté aux bijoux



Boucles d'oreilles argent rhodié type cré

Creole argent rhodie plate



Utilisateurs

1. Le bijou doit renvoyer à une image de glamour et de finesse: « En stock » vulgarise le produit et lui enlève son caractère précieux.

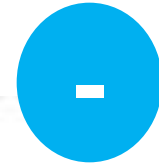
« 'En stock': ça fait meuble j'ai l'impression d'être à Ikea, ça fait colis »

Conseil

Un vocabulaire non adapté qui dévalorise le bijou.
Préférez le mot « disponible »



1001 Bijoux > Un cross selling peu pertinent



Nous vous proposons de découvrir également :



Boucles d'oreille style créoles
ruban fermoir poussettes argent
43,90 €



Boucles d'oreille pendante
fermoir crochet argent rhodié
37,50 €



Boucles d'oreilles argent
style créole fermoir tige
57,50 €

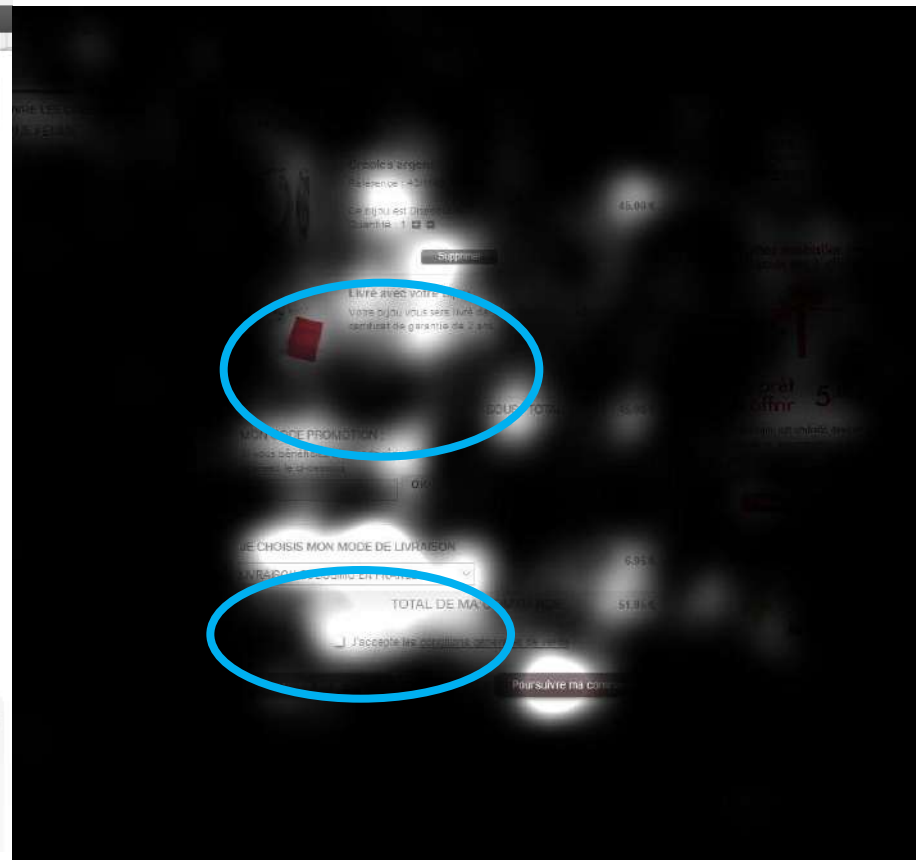
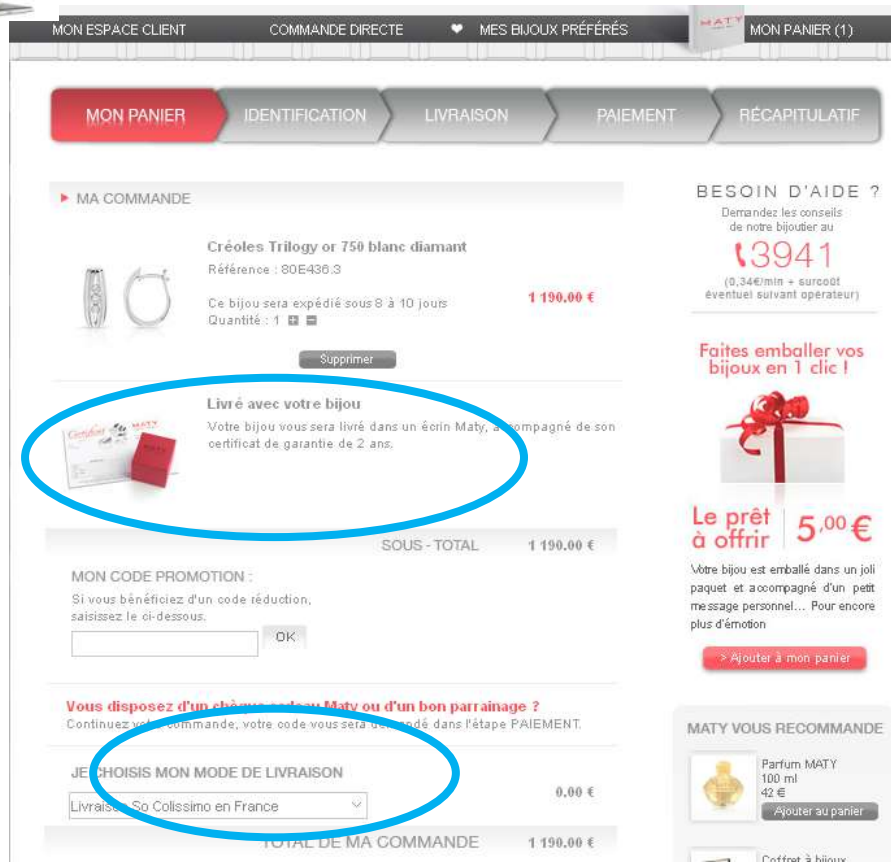
Utilisateurs

1. La sélection du cross selling ne s'étend pas à l'ensemble des catégories de bijoux.

2. Les utilisateurs souhaiteraient qu'on leur propose d'autres bijoux susceptibles d'être en harmonie avec celui choisit.

«C'est pas très pertinent, je préférerais voir d'autres sortes de bijoux pour aller avec, plutôt que des boucles encore, je vais pas m'acheter 15 paires de boucles!»

Ecrin et Livraison: des éléments d'intérêt du panier



Capture d'écran mise à jour en Février 2012

Utilisateurs

1. Le premier élément d'intérêt pour les utilisateurs, est l'écrin offert pour l'achat d'un bijou, ainsi que son certificat de garantie
2. Le second concerne le mode de livraison et les frais de ports qui lui sont associés



Agatha > Des frais de port absents qui induisent la méfiance

AGATHA PARIS

Boutique en ligne | Mosaïque | Tendances | Magazine | Découvrir Agatha | Catalogues | Nos boutiques

RÉCAPITULATIF DE MON PANIER

Mes produits	Prix	Quantité	Sous-total
 MYSAFETYPIN by Agatha Boucles d'oreilles	10 €	Taille : Taille unique Quantité : 1	10 €
Sous-Total :			10 €
Total de votre commande TTC :			10 €

POUR SUIVRE MES ACHATS

FINALISER LA COMMANDE

Capture d'écran mise à jour en Février 2012

Utilisateurs

1. L'absence de frais de port déplaît aux utilisateurs.
2. Il ne connaissent pas le montant total de leur commande avant de devoir s'inscrire et donner leurs informations personnelles.
3. Le manque d'information influe sur la confiance accordé au site.

« Les frais de port ne sont pas indiqués, c'est un peu gênant »



Bijoux en argent > D'obscurs frais de ports qui rendent sceptiques

Date : 13/02/2012 - Heure : 11:32 - Conditions générales de vente - Page sécurité paiement

CREOLES ARGENT 925 2 G CZ BLANC
RHODIE 380395S

Prix unitaire	Qte	Prix total
29,15 €	1	29,15 €
SOUS-TOTAL		29,15 €
Estimation des frais d'envoi		5,00 €
TOTAL		34,15 €

dont TVA : 4,78 €

Recalculer

Vous bénéficiez d'un code remise ?

OK

Délais d'acheminement : 5 jour(s).

Continuez vos achats

Validez votre panier

Utilisateurs

1. Les frais

de ports ne sont pas expliqués, les e-shoppers ne connaissent pas le mode de livraison

2. Les utilisateurs ne sont pas rassurés

3. Ils ont besoin de détails quant à la livraison et ce dès le panier surtout pour un site de vente en ligne de bijoux

Conseil

Indiquez le mode de livraison dès l'étape du panier
Les e-shoppers ont besoin d'un maximum d'informations pour la livraison d'un bijou

« Les frais de port sont présents, mais ne sont pas expliqués, on ne sait pas d'où ils sortent ! »



Bijoux en argent > Une mauvaise disposition des éléments d'intérêt (1/2)

The screenshot shows the website **Bijoux-en-Argent.com** with a shopping cart. The layout is cluttered, with a large blue circle highlighting a minus sign in the top right corner. The page is divided into several sections:

- Header:** Logo and three images of silver jewelry.
- Navigation Bar:** Accueil, Votre panier, Accédez à votre compte, Informations livraison, Page sécurité paiement.
- Product Selection:** Bagues, Bracelet argent, Colliers, Boucles d'oreilles, Pendentifs, Chaînes de cheville, Hello Kitty Maroquinerie.
- Search Bar:** Recherchez un article, Toutes nos marques, Tous nos articles.
- Product List:** Bagues fantaisie argent, Alliance argent massif, Alliance argent & zirconium, Bagues argent & zirconium, Solitaire argent & zirconium, Bagues argent & pierre, Bagues argent & perle, Bagues argent & nacre, Bracelets argent massif, Bracelets argent & zirconium, Bracelet argent & pierre, Gourmette argent adulte & enfant, Colliers argent massif, Colliers argent & pierre, Colliers cordons, Chaînes en argent, Boucles d'oreilles argent massif, Boucles d'oreilles argent & zirconium, Boucles d'oreilles argent & pierre, Boucles d'oreilles argent & perles, Boucles d'oreilles créoles, Pendentifs argent massif, Pendentifs argent & zirconium, Pendentifs argent & pierre, Pendentifs cœur.
- Cart Summary:** Votre sélection et vos frais de port. Date: 21/03/2011, Heure: 13:48. Conditions générales de vente - Page sécurité paiement.
- Payment Info:** Prix unitaire 10.50 EUR, Qte 1, Prix total 10.50 EUR. SOUS-TOTAL 10.50 EUR, Port 5.00 EUR, TOTAL 15.50 EUR.
- Account Section:** Votre compte, Déjà client? Entrez votre e-mail et mot de passe, Mot de passe oublié?, Première visite? Enregistrez-vous.
- Footer:** Vos infos, Accueil, Votre panier, Accédez à votre compte, Informations livraisons, Page sécurité paiement, Lettre d'infos, Recevez notre lettre d'informations, Je m'abonne, Je me désabonne, Votre E-mail.



Une mauvaise disposition des éléments d'intérêt (2/2)



20 secondes

Utilisateurs

1. La pochette offerte et les informations sur la livraison, n'ont pas été vues par les utilisateurs
2. Ils ne font pas partie des zones d'intérêt visibles sur la heat map car sont mis en retrait
3. Non perçus, ils deviennent inexistants et créent l'insatisfaction

Conseil

Augmentez la visibilité des éléments d'intérêt: les intégrer au contenu

Le manège à bijoux

Le service SAV

Mon catalogue Mariage 2011
Fouillez en ligne nos autres catalogues

Un genre, une matière, un budget? Retrouvez rapidement le bijou désiré.

>> Recherche avancée!

>> QUEL BIJOU POUR QUI?

>> CONSEILS & TENDANCES

>> MOMENTS INOUBLIABLES

LES 277 BOUTIQUES MANÈGE À BIJOUX

DECOUVREZ NOS MAGASINS

Les 277 boutiques

entrez votre code postal

OK

1 Panier
2 Authentification
3 Livraison
4 Conf. Com.

C'est votre première commande

« Choisissez vos identifiants pour vos commandes... »

* Votre adresse mail : X

* Choisissez votre mot de passe : X
Minimum 8 caractères

* Vérification de votre mot de passe : X
Minimum 8 caractères

Se souvenir de vos informations : ☐

Vos coordonnées

« Enregistrez vos coordonnées pour la création de votre compte... »

* Civilité : X

* Nom : X

* Prénom : X

* Adresse postale : X
Rgt / N° / Rue

Adresse postale (2) : X
Rgt / N° / Rue

* Code postal : X
Exemple : 23000

* Ville : X

* Téléphone : X
Riv ou Mobile

Autre téléphone : X
Riv ou Mobile

* Champs nécessaires à la création de votre compte pour assurer les livraisons

Mieux vous connaître

« Renseignez votre profil et accédez à tous les services personnalisés »

* Date de naissance : Jour / Mois / Année X

Statut marital : ☐ Célibataire ☐ En couple ☐ Pacsés ☐ Mariés ☐ Séparés ☐ Veuf(ve)

Avez-vous des enfants : ☐ Oui ☐ Non

Votre profession : ☐ Agriculteur ☐ Artisan, commerçant, chef entreprise ☐ Cadre, profession intellectuelle supérieure ☐ Profession intermédiaire ☐ Employé ☐ Autre

Vous pouvez à tout moment qualifier vos informations personnelles dans votre profil / compte

Choisissez vos avantages

« Recevez les promotions de l'espace Le Manège à Bijoux en avant première... »

* Souhaitez-vous recevoir les promotions "Le Manège à Bijoux" par SMS ? : ☐ Oui ☐ Non X

* Souhaitez-vous recevoir les promotions "Le Manège à Bijoux" par email ? : ☐ Oui ☐ Non X

* Souhaitez-vous vous inscrire aux ventes privées ? : ☐ Oui ☐ Non X

Vous avez la possibilité de mettre à jour vos avantages dans vos abonnements / compte

Valider votre compte



Un formulaire long et intrusif qui nuit au sérieux du site (1/2)

Le service SAV

Mon catalogue Mariage 2011

Un genre une matière, un budget ? Retrouvez rapidement le bijou de vos rêves

» Recherche avancée !

» QUEL BIJOU POUR QUI ?

» CONSEILS & TENDANCES

» MARIAGE

» LES 27 MANIÈRES DE S'AMUSER

1. Panier **2. Authentification** **3. Livraison** **4. Confirmation Commande**

C'est votre première commande

« Choisissez vos identifiants pour vos commandes... »

* Votre adresse mail : X

* Choisissez votre mot de passe : X

Minimum 8 caractères

* Vérification de votre mot de passe : X

Minimum 8 caractères

Se souvenir de vos informations : ☐

Vos coordonnées

« Enregistrez vos coordonnées pour la création de votre compte... »

* Civilité : X

* Nom : X

* Prénom : X

* Adresse postale : X

Rue / N° / Rue

Adresse postale (2) : X

* Téléphone : X

Fixe ou Mobile

Mieux vous connaître

* Date de naissance : Jour / Mois / Année X

Statut marital : ☐ Célibataire ☐ En couple ☐ Pacsé(e) ☐ Marié(e)
☐ Séparé(e) ☐ Veuf(ve)

Avez-vous des enfants : ☐ Oui ☐ Non

Votre profession : ☐ Agriculteur ☐ Artisan, commerçant, chef entreprise
☐ Cadre, profession intellectuelle supérieure ☐ Profession intermédiaire
☐ Employé ☐ Autre

Vous pouvez à tout moment actualiser vos informations personnelles dans votre profil / compte

* Souhaitez-vous recevoir les promotions "Le Mariage à Bijoux" par email ? : ☐ Oui ☐ Non X

* Souhaitez-vous vous inscrire aux ventes privées ? : ☐ Oui ☐ Non X

Vous avez la possibilité de mettre à jour vos avantages dans vos abonnements / compte

Valider votre compte

Utilisateurs

1. Demander des informations trop précises et privées incite à douter du site

2. La confiance accordée prime dans un site de vente en ligne de bijoux

«Des infos non pertinentes sont OBLIGATOIRES»

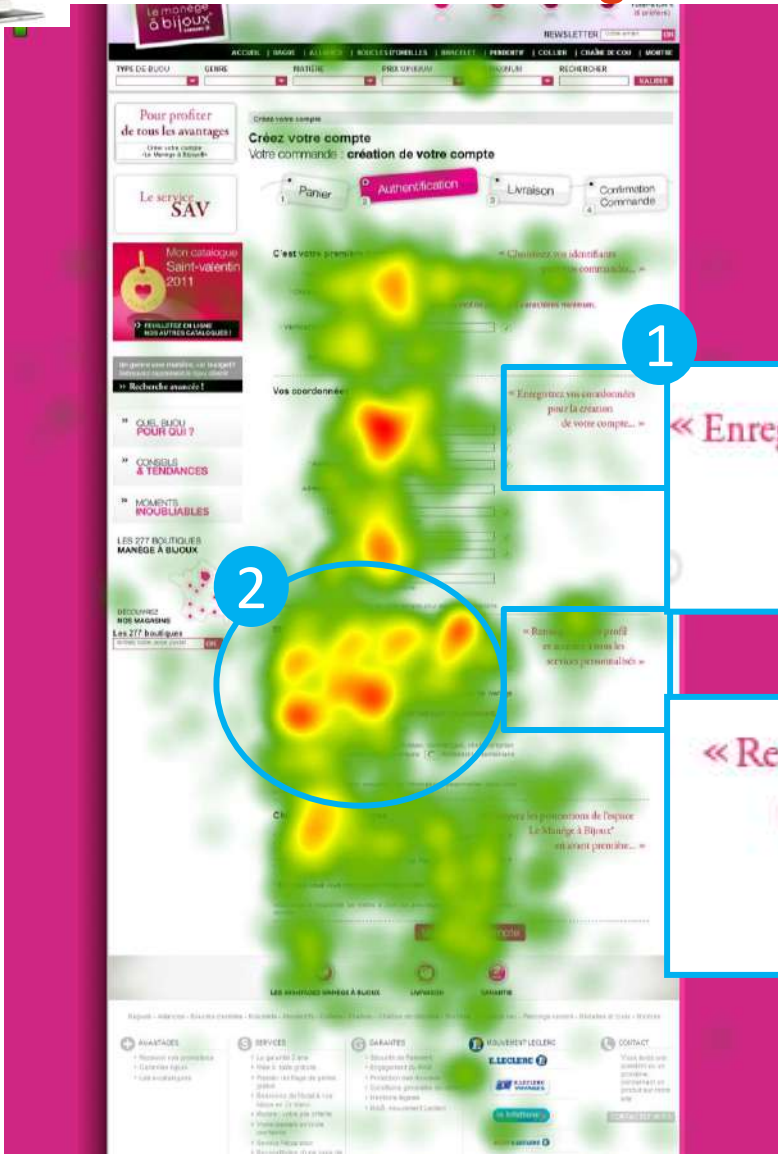
«Ah il demande le numéro de téléphone? Et la date de naissance, la date de mariage, je vais le faire mais ça j'aime pas du tout. Il poussent loin. c'est une enquête ?!!!»

«Ca fait vraiment pousse au crime !»

«Trop de demandes, c'est gênant »

« A ce stade on a plus envie de perdre de temps, le plaisir on la eu en choisissant les bijoux, tout ce qu'on veut maintenant c'est payer et vite ! »

Un formulaire long et intrusif qui nuit au sérieux du site (2/2)



54 sec – Temps global moyen

Utilisateurs

1. Des éléments de réassurances, sur la justification des informations demandées, non perçus.

2. Certaines informations non obligatoires sont malgré tout renseignées par les utilisateurs. Leur caractère facultatif n'est pas perçu

Conseil

Préférer les services personnalisés en option ou accentuer davantage leur caractère facultatif



Jean Delatour > Des frais de ports fixes qui apparaissent tardivement

Votre Commande

Produit	Désignation	Prix	Sous-total
	Créole Argent -60%	19,60 €	19,60 €
	FRAIS DE PORT	6,00 €	6,00 €
TOTAL DE VOS AVANTAGES ET REDUCTIONS			0,00 €
RESTE A REGLER			25,60 €

☒ J'accepte les conditions générales de vente

précédent suivant

Utilisateurs

1. Le site impose des frais de ports dans le récapitulatif, sans les avoir expliqué au préalable
2. L'e-shopper n'a pas le choix de la livraison et ne connaît toujours pas le mode à cette étape

«Ah c'est seulement maintenant que j'ai les frais de port »

« J'ai pas le choix sur la livraison ? »

«C'est bizarre, c'est quoi ces frais de port »

Conseil

Intégrez les frais de ports dès l'étape du panier, les joindre au mode de livraison

Comportement des e-shoppers

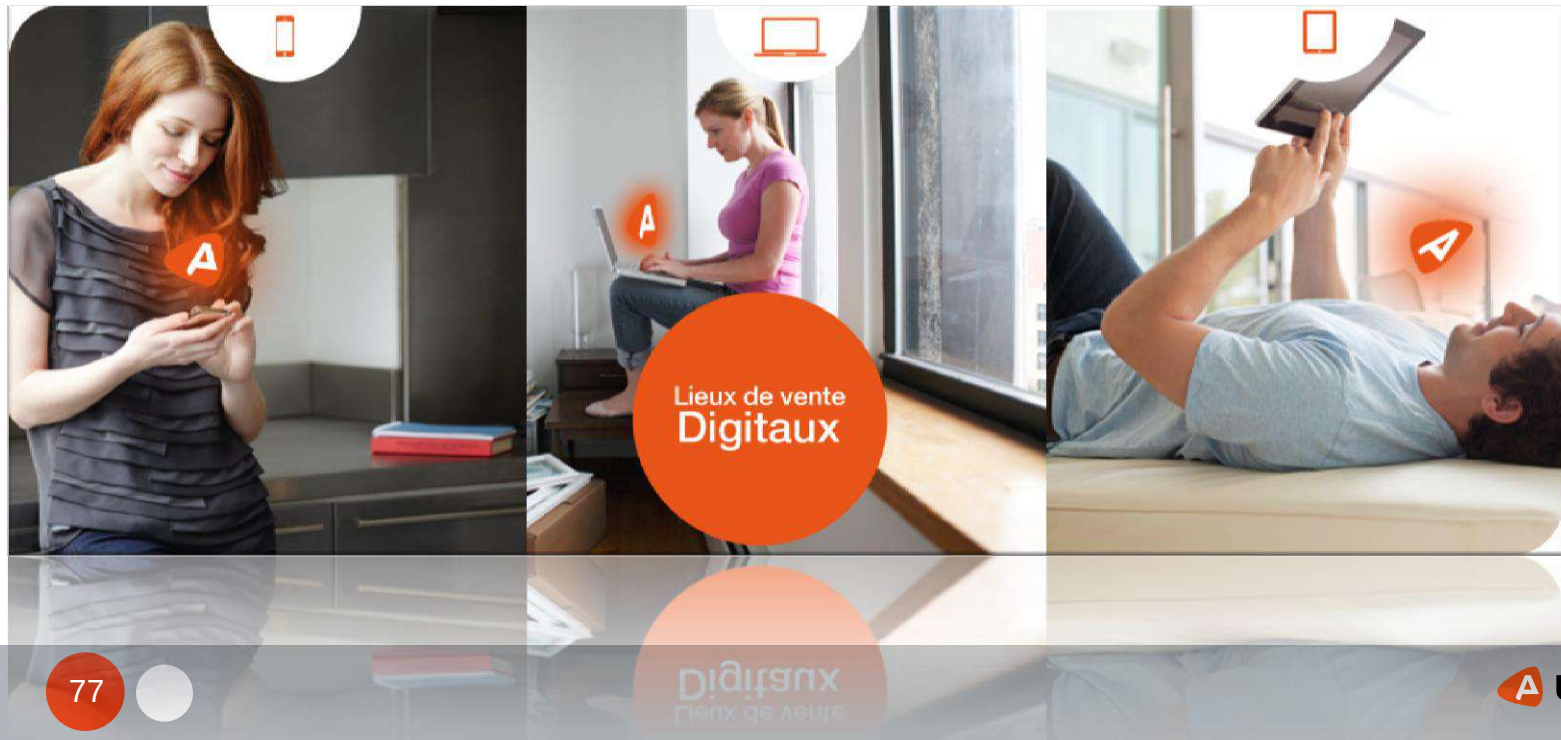
> PAGE D'ACCUEIL

> L'ACCÈS AU PRODUIT

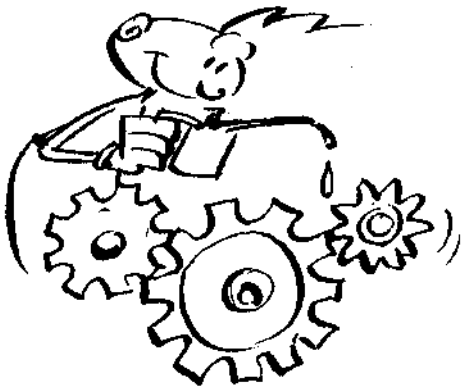
> PROCESSUS DE COMMANDE

> MAUVAISES PRATIQUES

> BONNES PRATIQUES



Envie de plus de conversion dès 2014 ?



- 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

04 72 76 94 00

win@altics.fr



Le manège à bijoux > Un zoom performant pour un achat confiant

Utilisateurs

1. Le zoom permet de parcourir le bijou et de le visualiser dans ses moindres détails
2. Il satisfait l'attente N°1 des utilisateurs.

« La photo est super explicite. On sait ce qu'on achète »

« Le zoom est bien (ressemble à ce qu'ils font pour les habits) »

« On peut vraiment voir les détails »

« Ha ! Il y a un zoom »

Conseil

Intégrer un zoom de survol



1001 Bijoux > Plus de visuels pour être au plus proche du réel



Utilisateurs

1. Les attentes des utilisateurs sur le visuel sont conséquentes.
2. Présenter le bijou sous différents angles permet de le visualiser clairement sur 3 dimensions.

«Très bien, il y a plusieurs photos»

« On peut avoir une vue différente du produit»

«Différents angles, permet d'encore mieux visualiser le bijou»

« C'est bien car si on avait vu que la première photo, on aurait pas su que la boucle était aussi large»

Conseil

1. Proposer d'autres angles de prise de vue, pour une meilleure représentation du bijou.
2. Offrir à l'utilisateur une rotation 3D



Des visuels portés comme substitut à l'essayage

«J'ai besoin de voir le rendu sur le poignet, le cou ou les oreilles»

« On aime présenter un bijoux sur soi pour le choisir»

«Je trouve qu'il est difficile de se rendre compte de ce à quoi ressemble véritablement un bijou sur internet»

« Mauvaise représentation des dimensions»

Conseil

Présenter des visuels de bijoux portés permet aux internautes de mieux apprécier leur rendu et de les mettre en valeur



1001 Bijoux > Des informations garantes d'un achat sûr



Utilisateurs

1. Tous les renseignements sur le bijou sont présents : taille, poids, qualité du métal, référence et certificat d'authenticité

2. Les e-shoppers ont toutes les informations nécessaires et peuvent effectuer leur achat en toute confiance.

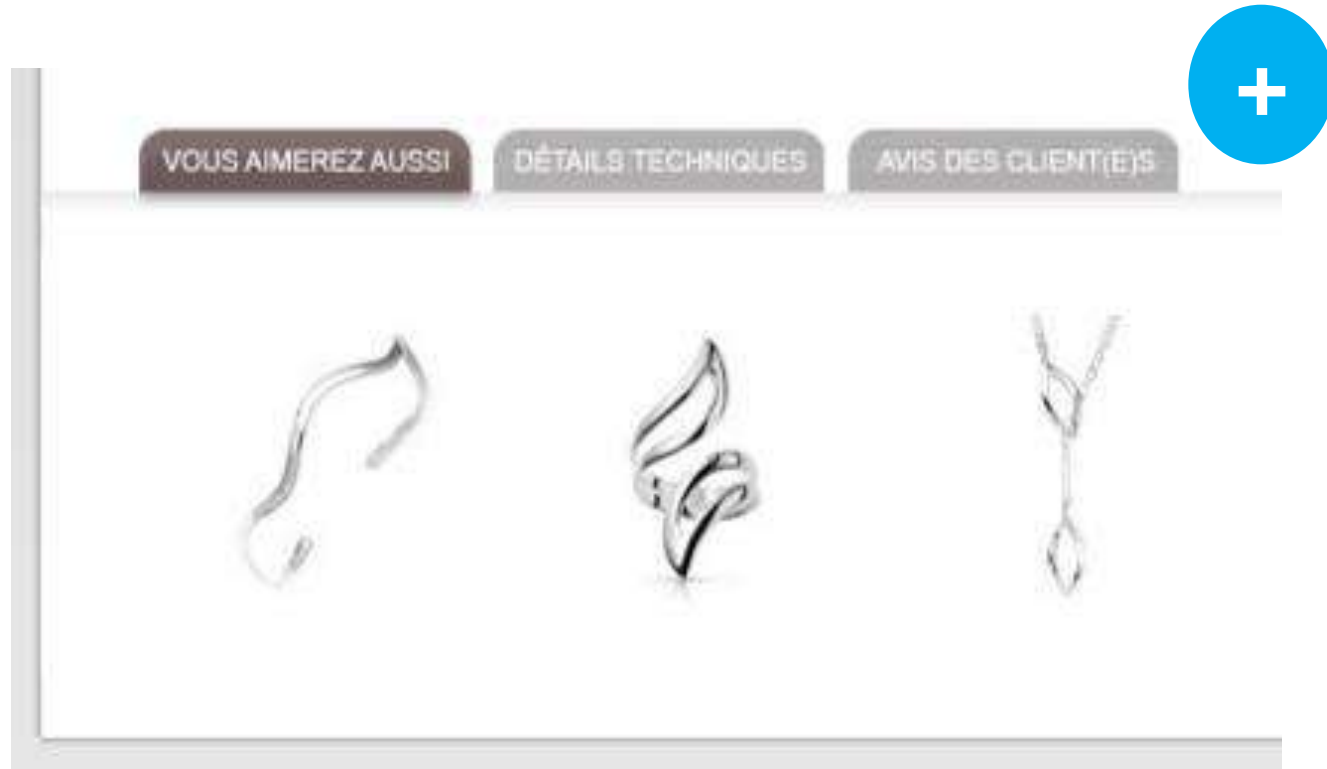
«Il y a toutes les informations nécessaires, la taille, le poids...»

« Il y a un certificat, c'est rassurant »

«La référence, c'est bien si on veut commander où s'il y a un problème, on donne directement le numéro »

« On connaît le poids et donc savoir si elles ne vont pas être trop lourdes »

Maty > Un cross selling efficace sur la fiche produit



Conseil

Présenter à l'e-shopper d'autres bijoux susceptible d'être en harmonie avec celui choisi. Le conseiller !

Maty > Panier

OK

[RECHERCHE PERSONNALISÉE](#)

JE DÉCOUVRE LES COLLECTIONS

- POUR UNE FEMME
 - ALLIANCES
 - BAGUES
 - BOUCLES D'OREILLES
 - BRACELETS
 - CHAÎNES
 - COLLIERS ET SAUTOIRS
 - PENDENTIFS
 - MONTRES
 - AUTRES BIJOUX & ACCESSOIRES
- POUR UN HOMME
- POUR UN ENFANT
- LE PARFUM MATY
- MATY OUTLET NOUVEAU

NOS ATELIERS À VOTRE SERVICE

- EXPERTISE ET RACHAT D'OR
- ENTRETIEN ET RÉPARATION
- L'ATELIER DES CRÉATIONS SPÉCIALES

Pour la **Saint Valentin**
du 1er février au 15 février

RETOUR GRATUIT*

[En savoir plus](#)

COMMANDEZ EN TOUTE GÉRÉNITÉ

- Qualité garantie 2 ans
- Paiement 100% sécurisé
- Retour de votre article
- Satisfait ou remboursé

* Réduction de 10% sur les retours de bijoux Maty

MON PANIER IDENTIFICATION LIVRAISON PAIEMENT RÉCAPITULATIF

MA COMMANDE

Créoles Trilogy or 750 blanc diamant
Réf : 80E436.3
Ce bijou sera expédié sous 8 à 10 jours.
Garantie : 1 an

1 190,00 €

[Supprimer](#)

Livré avec votre bijou
votre bijou sera livré dans sa boîte Maty, accompagné de son certificat de garantie de 2 ans.

SOUS - TOTAL 1 190,00 €

MON CODE PROMOTION :
Obtenez le bénéfice d'un code réduction, saisissez le ci-dessous.

OK

Vous disposez d'un chèque cadeau Maty ou d'un bon parrainage ?
Continuez votre commande, votre code vous sera demandé dans l'étape PAIEMENT.

JE CHOISIS MON MODE DE LIVRAISON
Livraison So Colissimo en France 0,00 €

TOTAL DE MA COMMANDE 1 190,00 €

☒ J'accepte les [conditions générales de vente](#)

[Poursuivre les achats](#)

[Poursuivre ma commande](#)

BESOIN D'AIDE ?
Demandez les conseils de notre bijoutier au
13941
(0,34€/min + surcoût éventuel suivant opérateur)

Faites emballer vos bijoux en 1 clic !

Le prêt à offrir 5,00 €
Votre bijou est emballé dans un joli paquet et accompagné d'un petit message personnel... Pour encore plus d'émotion

[Ajouter à mon panier](#)

MATY VOUS RECOMMANDE

- Parfum MATY 100 ml 42 €
[Ajouter au panier](#)
- Coffret à bijoux cuir noir 95 €
[Ajouter au panier](#)
- Kit d'entretien MATY pour bijoux 22 €
[Ajouter au panier](#)

J'AJOUTE UNE RÉFÉRENCE À MA COMMANDE
Vous disposez d'une référence pour vos bijoux ? Pour commander c'est simple, saisissez les références des produits qui vous plaisent (un par un ci-dessous) :

Ex : 3619659





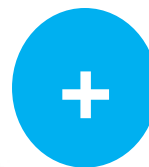
L'écrin offert gage de professionnalisme et de qualité



Livré avec votre bijou

Votre bijou vous sera livré dans un écrin Maty, accompagné de son certificat de garantie de 2 ans

Capture d'écran mise à jour en Février 2012



« Plaisant de voir l'emballage, l'écrin »

« L'écrin c'est vraiment un plus, en boutique il y en a toujours un. C'est regrettable que certains sites ne le proposent pas, car ça fait parti du bijou. »

« On sait dans quoi le bijou va arriver, c'est un gage de confiance, c'est rassurant »

Utilisateurs

1. L'écrin est indissociable du bijou, il affirme sa dimension précieuse.

2. Toujours présent en boutique, il est indispensable qu'il en soit de même sur internet.

Conseil

Offrez systématiquement un écrin ou une suédine



Des éléments de livraison indiqués et explicites



JE CHOISIS MON MODE DE LIVRAISON

LIVRAISON COLUSSIMO EN FRANCE ▼ 6,95 €

TOTAL DE MA COMMANDE 38,95 €



Selon vous, internet se prête-t-il à l'achat de bijoux?
Si non pourquoi?

« Sur un site de vente en ligne de bijoux, j'aurai peur pour la sécurité des envois »

Utilisateurs

1. Les internautes ont majoritairement peur pour la sécurité de leurs envois de bijoux
2. Il veulent des renseignements et des garanties sur la livraison.
3. Les indiquer au moment du panier est un gage de sérieux

«Il y a les frais de port dès cette étape, on n'a pas de mauvaise surprise à la fin, et en plus on peut choisir la livraison, on nous impose rien, du coup je me sens en confiance»

Conseil

Intégrer les frais de port et le mode de livraison dès le panier rassurent le client et lui procurent plus de confiance



Agatha > Un formulaire clair et concis qui inspire confiance

CRÉER UN COMPTE

INFORMATIONS PERSONNELLES

Prénom* :
Nom* :
Votre adresse email* :
☐ Abonnez-vous à la newsletter

* Champs obligatoires

ENVOYER

INFORMATIONS DE CONNEXION

Mot de passe* :
Confirmer le mot de passe* :

COORDONNÉES DE FACTURATION

Prénom* :
Nom* :
Société :
Rue - Voie - Bât.* :
Code postal* :
Ville* :
Pays* :
Département* :
Téléphone* :
Fax :
☒ Livrer à cette adresse
☐ Livrer à une autre adresse

* Champs obligatoires

POURUIVRE

Capture d'écran mise à jour en Février 2012

Utilisateurs

1. L'inscription est rapide. Les internautes remplissent en 23 secondes, en moyenne, le formulaire

2. L'utilisateur ne renseigne que les informations utiles à l'envoi du bijou

«Le formulaire est clair»

« Il est plus petit, il passe mieux, on met moins de temps»

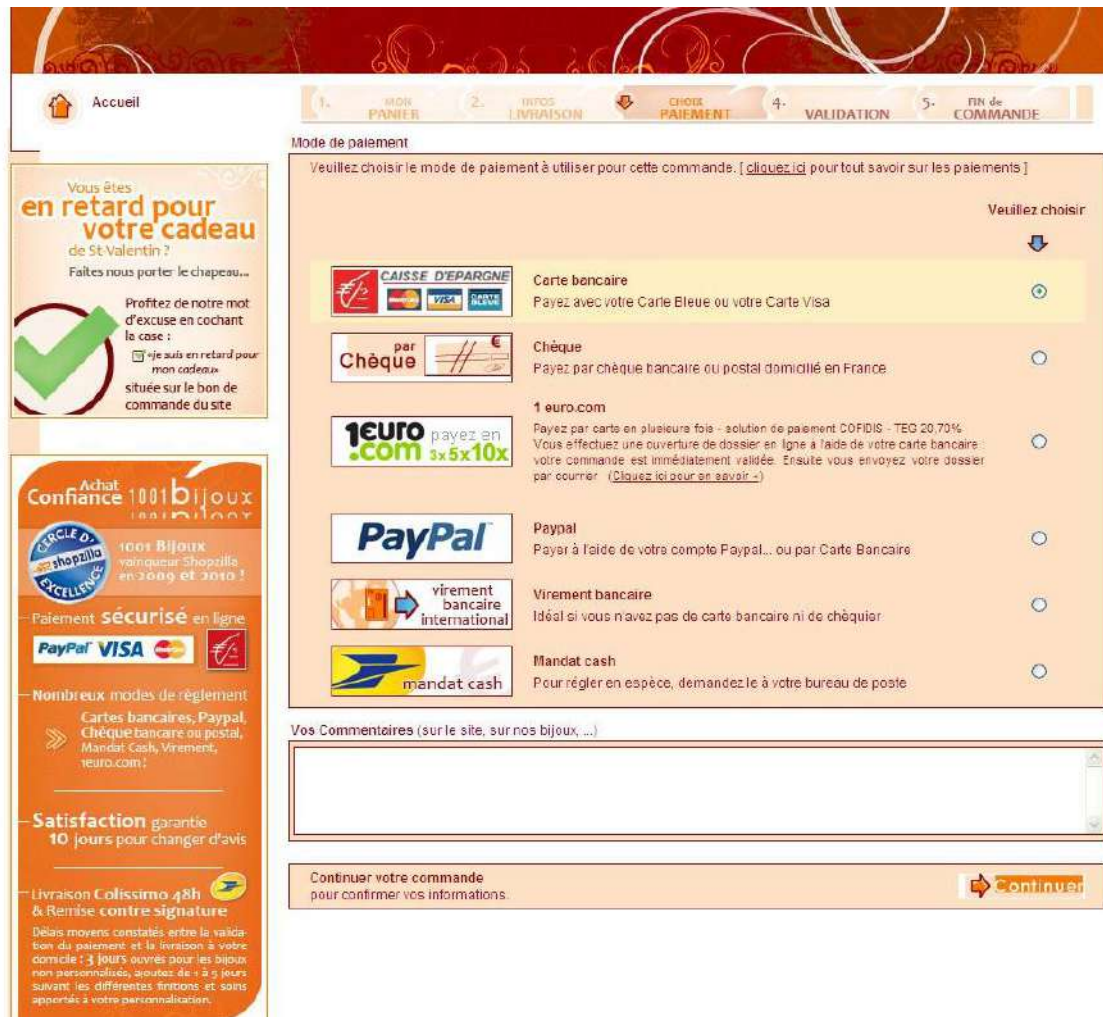
«Il est vraiment rapide!»

«Rien à signaler, c'est bien, on voit bien les infos obligatoires ou non »

Conseil

Privilégier un formulaire court et non intrusif

1001 Bijoux > Des modes de paiement rassurants



The screenshot shows the 'Mode de paiement' (Payment Method) page on the 1001 Bijoux website. The page is divided into several sections:

- Accueil** (Home) button at the top left.
- Progression** bar at the top: 1. MON PANIER, 2. VOS LIVRAISONS, 3. CHOIX PAIEMENT (active), 4. VALIDATION, 5. FIN de COMMANDE.
- Mode de paiement** section: "Veuillez choisir le mode de paiement à utiliser pour cette commande. [cliquez ici pour tout savoir sur les paiements]"
- Options de paiement** (each with a radio button):
 - Carte bancaire**: "Payez avec votre Carte Bleue ou votre Carte Visa". Includes logos for Caisse d'Épargne, Mastercard, Visa, and American Express.
 - Chèque**: "Payez par chèque bancaire ou postal domicilié en France". Includes a check icon.
 - 1 euro.com**: "Payez par carte en plusieurs fois - solution de paiement COFIDIS - TEQ 20,70%". Includes the 1euro.com logo.
 - Paypal**: "Payez à l'aide de votre compte Paypal... ou par Carte Bancaire". Includes the PayPal logo.
 - Virement bancaire international**: "Idéal si vous n'avez pas de carte bancaire ni de chèque". Includes a bank transfer icon.
 - Mandat cash**: "Pour régler en espèce, demandez le à votre bureau de poste". Includes the Mandat Cash logo.
- Vos Commentaires** (sur le site, sur nos bijoux, ...): A text input field.
- Continuer votre commande** button at the bottom right.
- Sidebars** on the left:
 - Vous êtes en retard pour votre cadeau de St-Valentin?** (You are late for your Valentine's gift?) - Includes a green checkmark icon and text about a discount.
 - Achat Confiance 1001bijoux** - Includes a "CERCE D'EXCELLENCE" logo and text about winning Shopzilla awards in 2009 and 2010.
 - Paiement sécurisé en ligne** - Includes logos for PayPal, Visa, and Mastercard.
 - Nombreux modes de règlement** - Lists: Cartes bancaires, Paypal, Chèque bancaire ou postal, Mandat Cash, Virement, 1euro.com.
 - Satisfaction garantie 10 jours pour changer d'avis**.
 - Livraison Colissimo 48h & Remise contre signature** - Includes a Colissimo logo and text about delivery times and signature requirements.

Utilisateurs

1. Les modes de paiement sont nombreux et détaillés.

2. Ils inspirent confiance et mettent en avant le caractère sérieux qui doit être relatif aux bijoux.

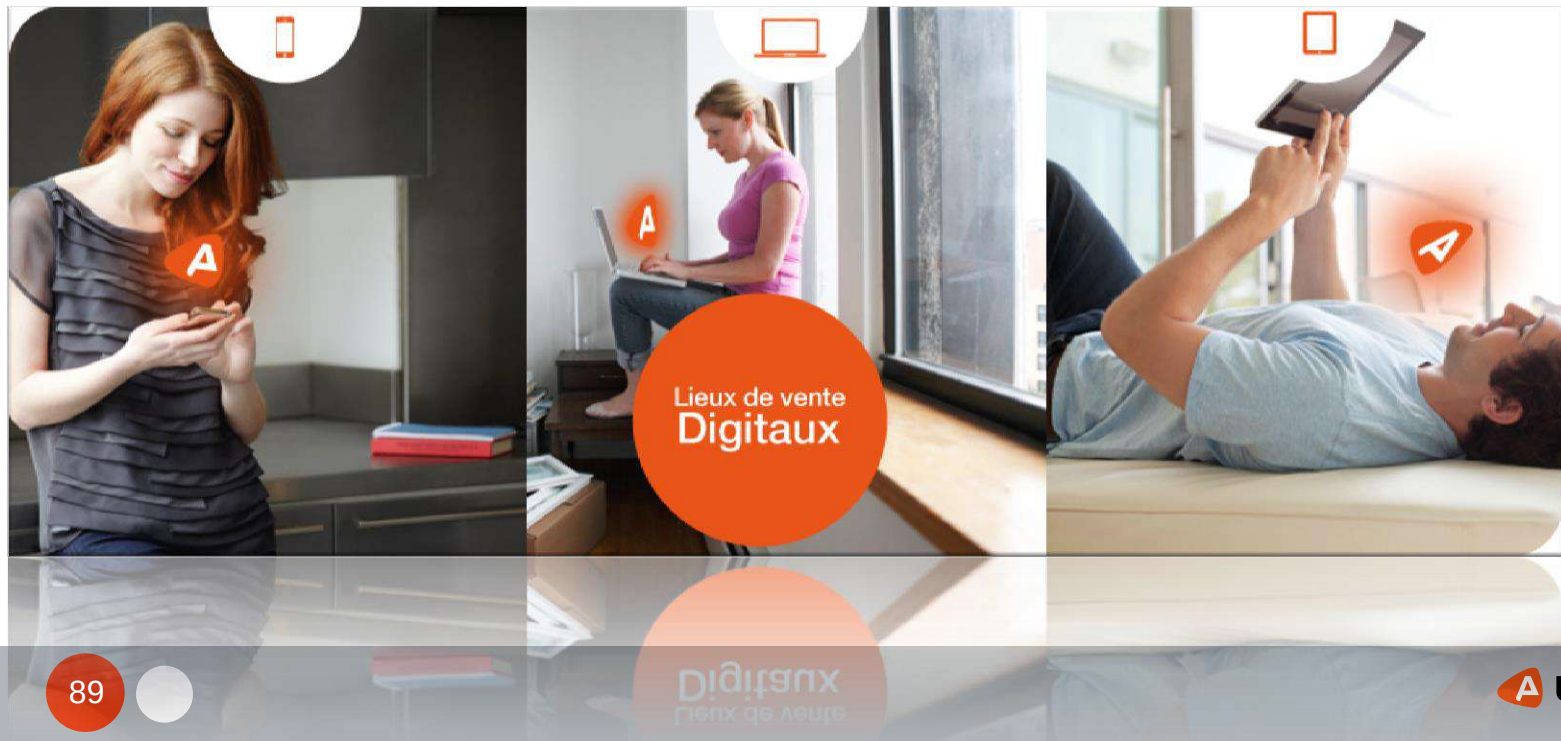
« Il y a plusieurs modes de paiement, c'est bien on peut choisir »

« Ah y a Paypal...j'aurai pris Paypal, je sais que c'est sécurisé »

« Il y en a plusieurs et ils sont bien expliqués »

« Ça met en confiance »

Conclusion



Un PROJET ?



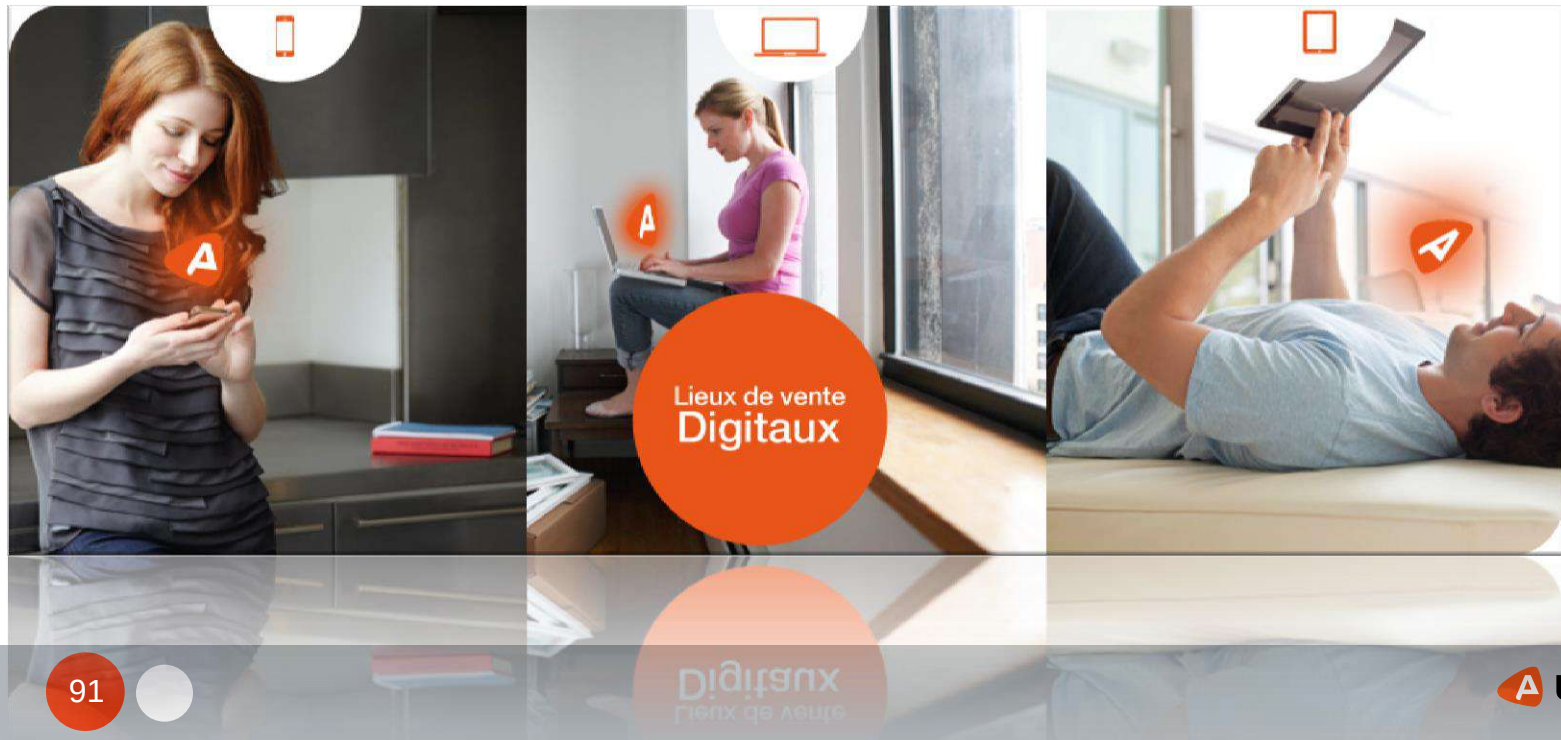
- Vendre plus grâce à un Audit e-Commerce
- Réaliser des tests en Labo Eye-Tracking
- Optimiser ma conversion (site / eMailing / Apps)
- Lancer mon site e-Commerce
- Etre accompagné via un coaching personnalisé
- Former mes équipes à l'e-Commerce
- Mieux connaître Altics et ses Résultats Clients !

Contactez-nous

04 72 76 94 00

win@altics.fr

Comment séduire les internautes et répondre à leurs attentes



Comment séduire les internautes et répondre à leurs attentes?



1. Séduire avec une page d'accueil

- > Centrée sur l'offre
- > Glamour à l'image du bijou
- > Claire avec un outil de recherche visible

2. Plaire avec un outil de recherche

- > qui optimise les fonctions de tri
- > Et permet la flânerie propre au lèche-vitrine

3. Induire le coup de cœur par

- > De grands visuels
- > Des bijoux mis en valeur
 - Taille
 - Contraste
 - Prise de vue

Comment séduire les internautes et répondre à leurs attentes?



4. Rendre le bijou plus vrai que nature

- > Améliorer le visuel de la fiche produit
 - Intégrer un zoom de survol
 - Proposer différentes prises de vue
 - Ajouter une visualisation du bijou porté

5. Offrir des garanties et donner confiance

- > Proposer plus de détails dans la fiche produit
 - Taille du bijou
 - Poids
 - Qualité et composition du métal
 - Référence
- > Assurer de la qualité du bijou avec un certificat d'authenticité

Comment séduire les internautes et répondre à leurs attentes?



6. Apporter professionnalisme et sécurité > le bijou un objet de valeur

> Offrez un gage dès le panier

- Offrir un écrin, indissociable du bijou
- Renseigner sur les frais de port et les modes de livraison

> Une clarté et une transparence jusqu'au paiement

- Privilégier un formulaire concis, gage de sérieux
- Rassurer sur la livraison et les modes de paiement
- Mettre en avant la hotline et les éléments de confiance

Annexes

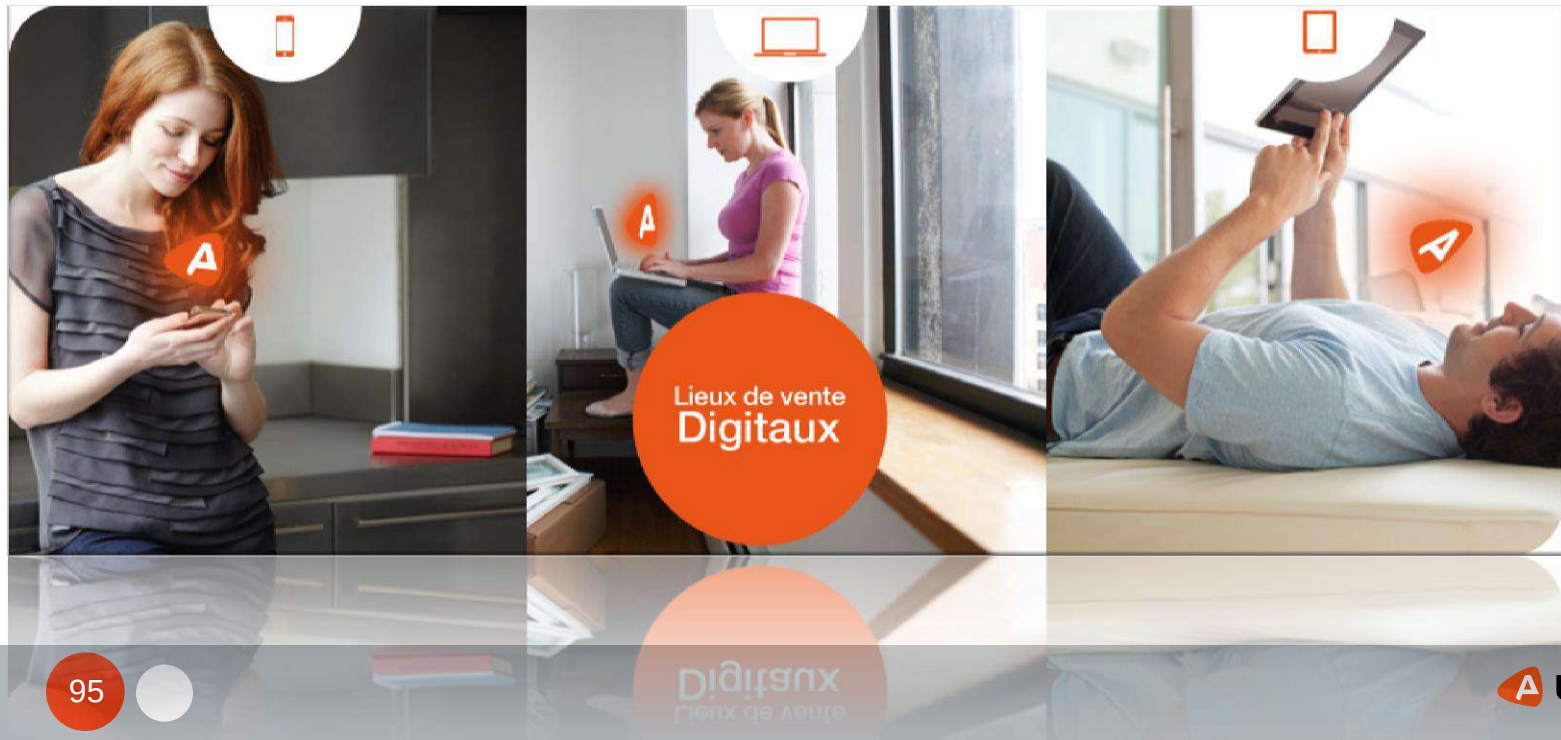
Contexte de l'étude

PROFILS DES UTILISATEURS TESTÉS

COMPLÉMENTS DU QUESTIONNAIRE

PRÉSENTATION ALTICS

PRÉSENTATION QUALEAD



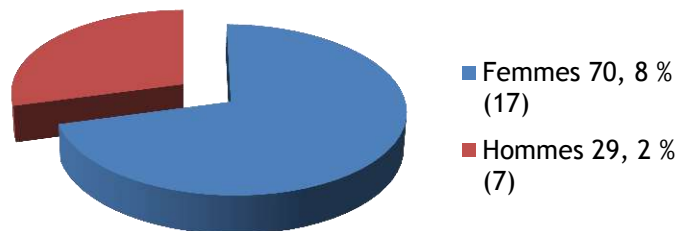
Annexes

PROFILS DES UTILISATEURS TESTÉS

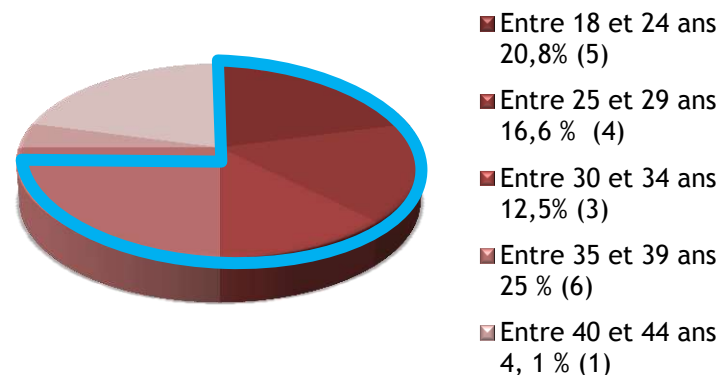


Profil des 24 utilisateurs testés

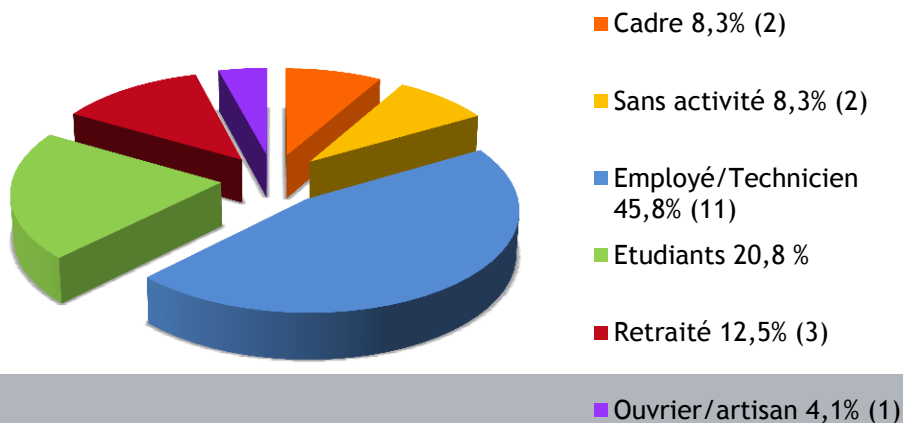
Un nombre plus important de femmes (répartition sexe %)



Une population jeune : 75% ont moins de 40 ans (répartition tranches d'âges %)



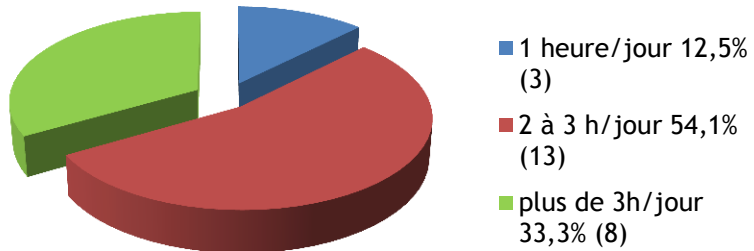
Une majorité d'Employé/Technicien (répartition CSP %)



Profil des 24 utilisateurs testés

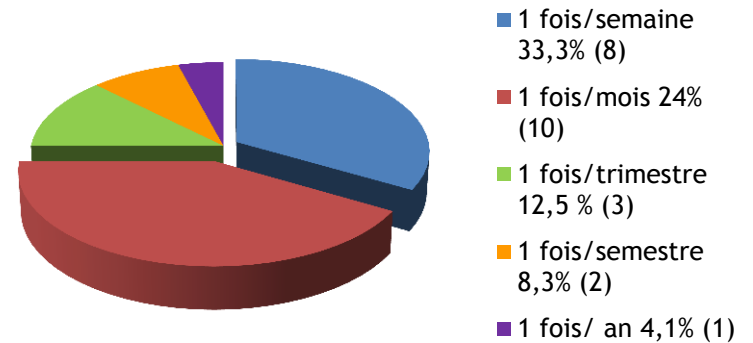
Une population très présente sur Internet

(temps quotidien passé sur Internet hors consultation mail)



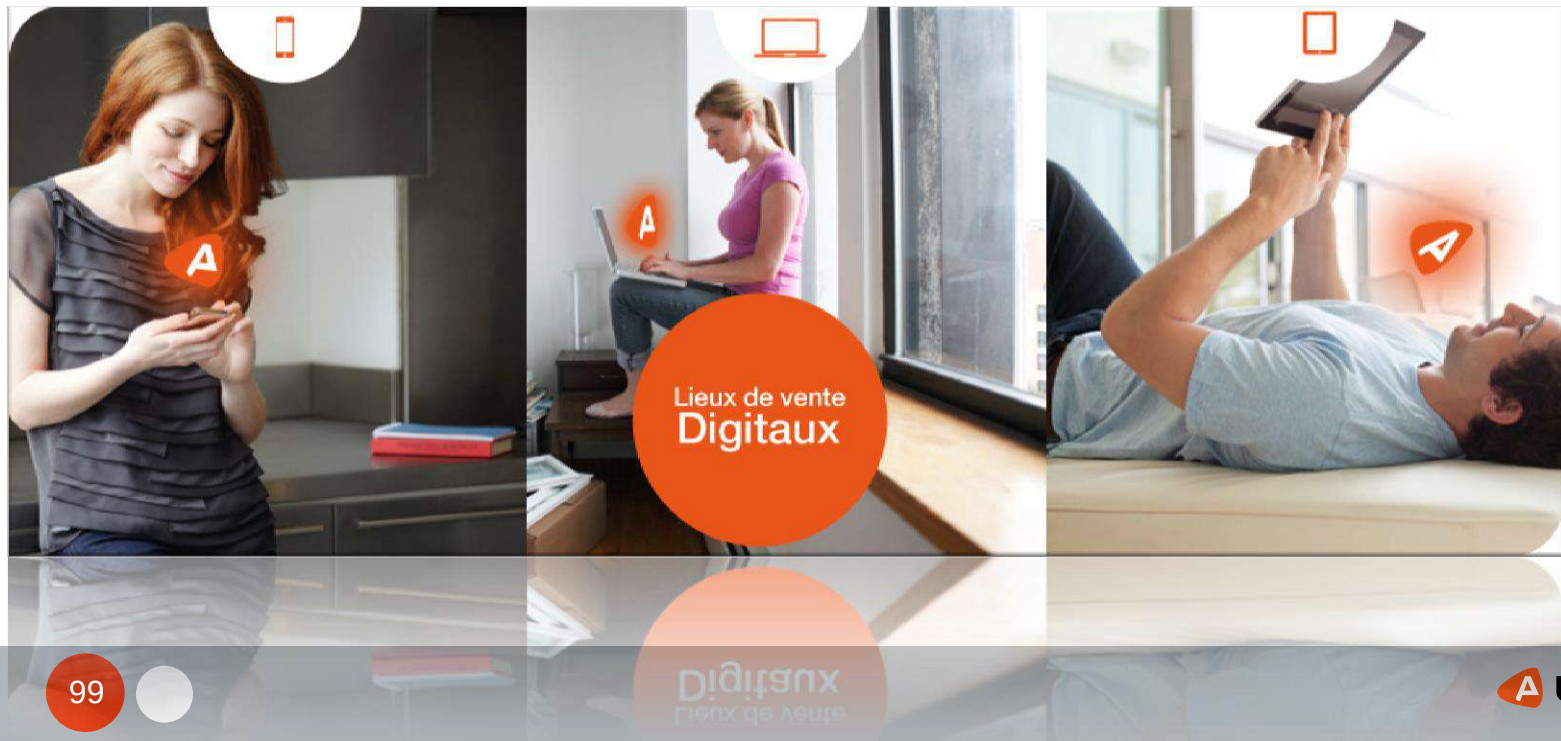
Des e-acheteurs réguliers

(fréquence d'achat sur Internet %)



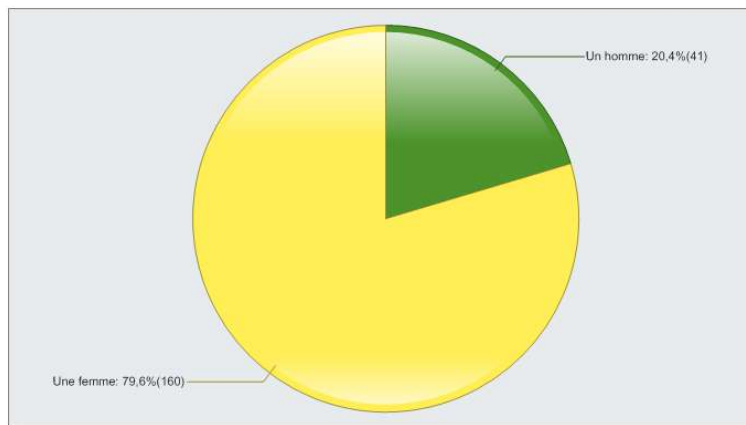
Annexes

COMPLÉMENTS DU QUESTIONNAIRE

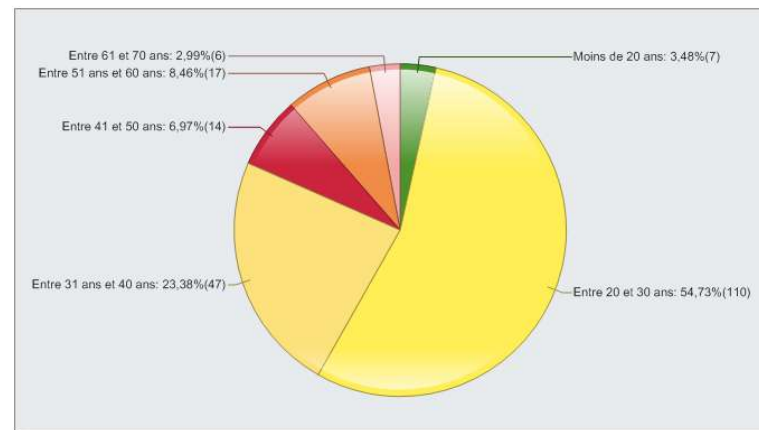


Profil des 201 utilisateurs testés

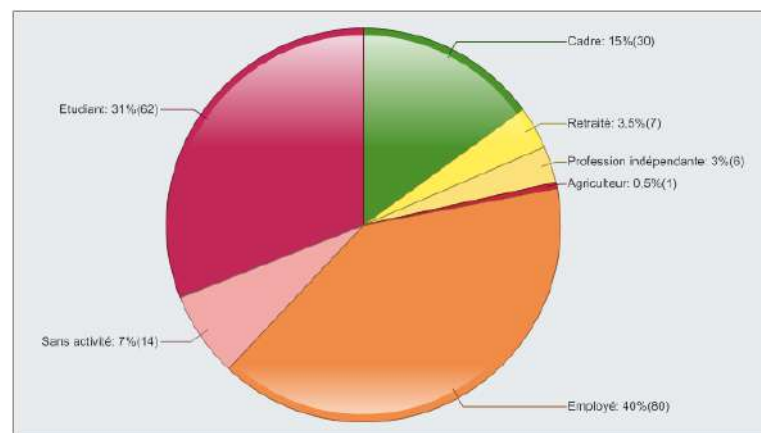
Un nombre plus important de femmes (répartition sexe %)



Une population jeune (répartition tranches d'âges %)

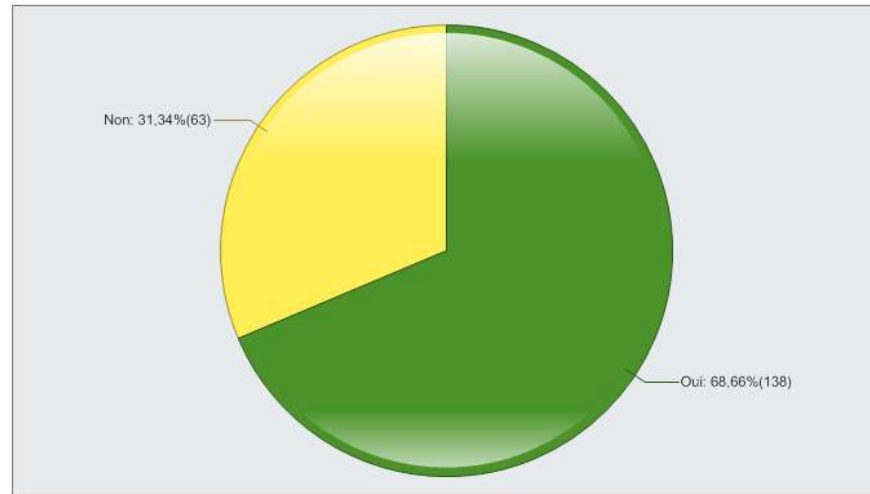


Une majorité d'Employé/Technicien (répartition CSP %)

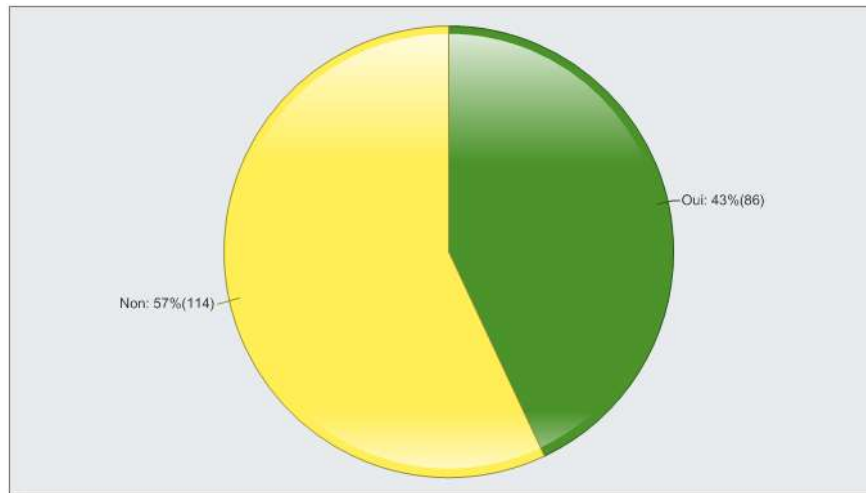


Des utilisateurs réticents

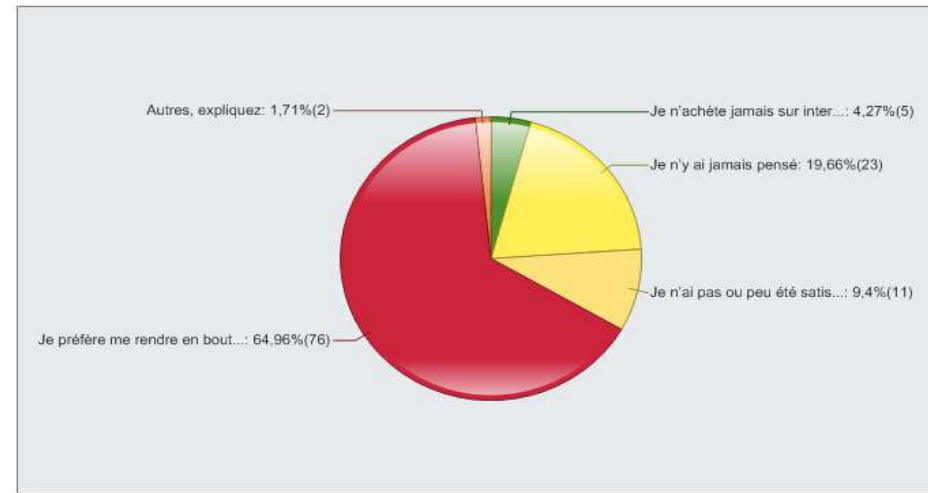
Selon vous, internet se prête-t-il à l'achat de bijoux? Si non pourquoi?



Avez-vous déjà acheté des bijoux sur internet ?



Si non, pourquoi ?

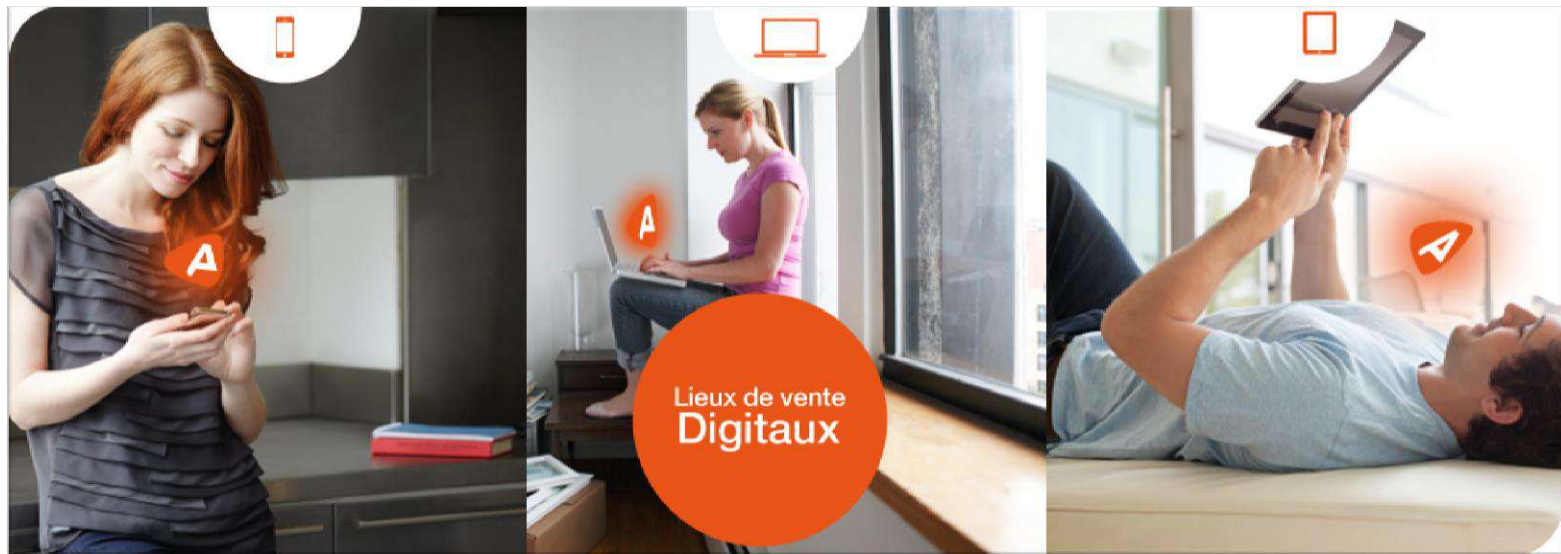


Les sites évoqués par le Panel

1	Maty
2	Jean Delatour
3	Le Manège à Bijoux
4	Swarovski
5	Agatha
6	Ysora
7	Meylis
8	A little market
9	1001 Bijoux
10	Or en ligne

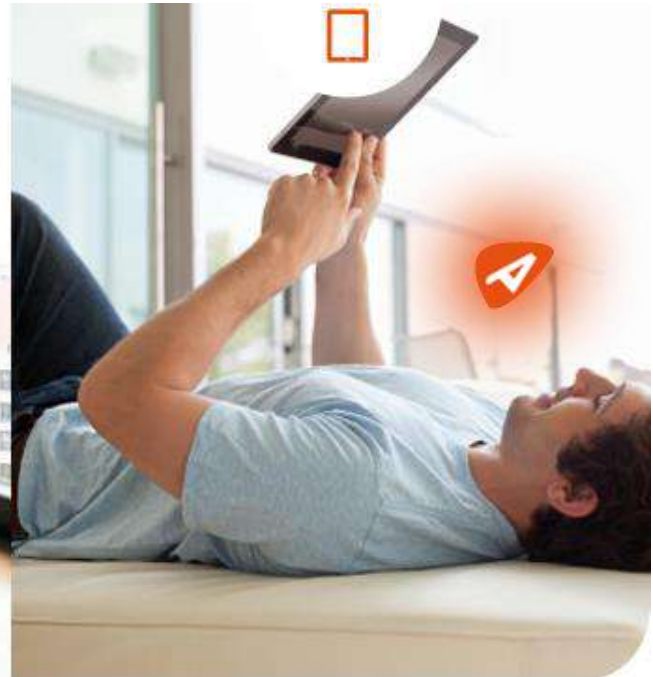
Annexes

PRÉSENTATION ALTICS



Augmentez votre Chiffre d'affaires e-commerce !





Lieux de vente
Digitaux



Lieux de vente
Traditionnels



Partir des vrais « gens »



Altics accélère ventes et conversion à la performance



Tester attentes et
comportements digitaux
Testing



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



Accompagner vos équipes
et sélectionner les solutions adaptées
Accompagnement



Paramétrez votre accélération

Périmètre

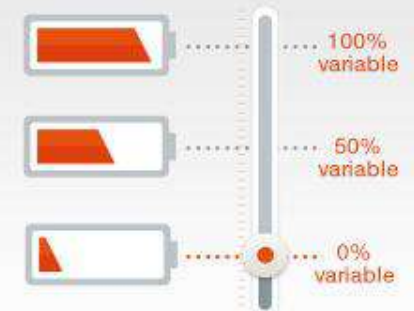


Lieux de ventes digitales



Lieux de ventes traditionnels

Modèle économique



Ingrédients



Durée

Année ☒ Mois

2013		2014		2015	
JAN	JUILLET	JAN	JUILLET	JAN	JUILLET
FEV	AOUT	FEV	AOUT	FEV	AOUT
MARS	SEPT	MARS	SEPT	MARS	SEPT
AVRIL	OCT	AVRIL	OCT	AVRIL	OCT
MAI	NOV	MAI	NOV	MAI	NOV
JUIN	DEC	JUIN	DEC	JUIN	DEC



Nos références

B to C



YVES ROCHER



viapresse.com



spartoo.com



ducros

Discounted



PRINCESSE tam•tam
PARIS

POOGOM



MORGAN
MORGAN DE TOI.COM



MonShowroom.com

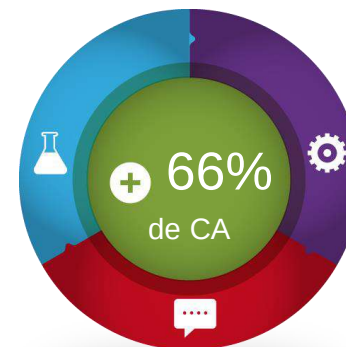
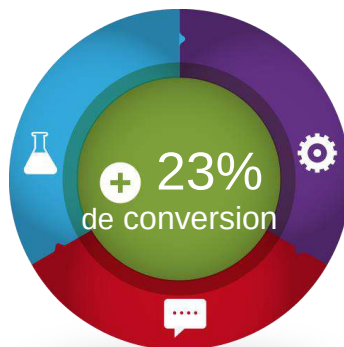
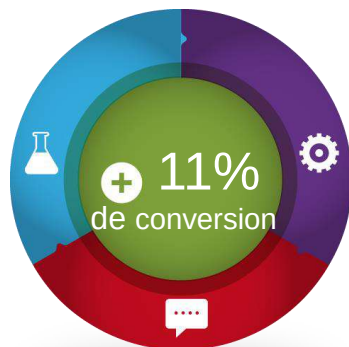


made in design



KingJouet

jevaismieux
merci



www.altics.fr 04 72 76 94 00

ALTICS
User Analyst

Nos références

Banques et Assurances

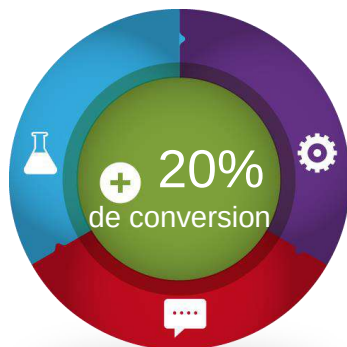
“ Nous souhaitons optimiser les taux de conversion en ligne. Les experts Altics nous accompagnent avec efficacité et avec le sourire. ”

Hervé B.
Directeur e-business de
Carrefour Banque



Nos références

B to B



Contact



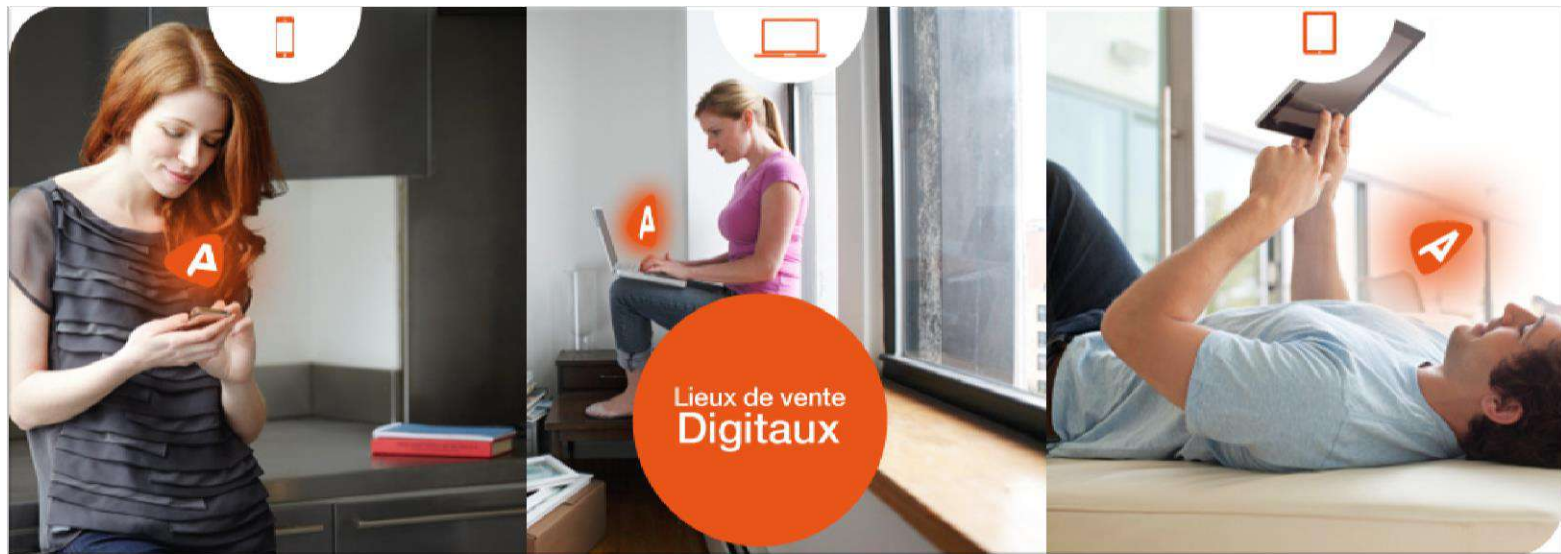
A votre écoute :

Olivier MARX | Fondateur

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

Annexes

PRÉSENTATION QUALEAD



UnCadeau.com

Trouvez le cadeau idéal !



The screenshot shows the UnCadeau.com homepage. At the top, there's a navigation bar with links like 'Mon compte' and 'Se déconnecter'. Below it, a search bar prompts 'Vous cherchez :' with a 'Lancer la recherche' button and a note 'parmi plus de 6625 cadeaux'. The main content area is divided into several sections: 'Idées cadeaux' with categories like 'Univers Cadeau', 'Coffrets Cadeau', 'Bébé et Enfant', 'Fleurs et bouquets', 'Art & Pièces uniques', 'Maison & Jardin', 'Animaux', 'Gadgets et humour', and 'Epicurerie et vins'; 'Coffret Cadeau' featuring a 'Déco' section with a 'Changez de déco !' message; 'Les coups de cœurs' with a 'La sélection un cadeau.com' section showing various gift options with prices; and 'Top idées cadeaux' listing popular items like 'Sticker Bébé à Bord Personnalisé' and 'Housses de couette personnalisées'.

Jeveuxdesbijoux.com

Trouvez le bijou idéal !



The screenshot shows the Jeveuxdesbijoux.com homepage. It features a search bar at the top with the text 'Recherche un bijou...' and a 'OK' button. Below the search bar, there's a navigation bar with links like 'Les bijoux', 'Les styles', 'Les univers', 'Les instants précieux', and 'Liste d'envies'. The main content area includes 'Idées Bijoux' with categories like 'Les Bijoux', 'Les Styles', 'Les Univers', and 'Les instants précieux'; 'Jolis bijoux' featuring a large image of a necklace; 'Les coups de coeur du moment' with a section for 'Collier argenté IKTA' and 'Collier fleur'; and a 'Tourbillon de Diamant - Médaille empreinte de main' section. The bottom of the page has a small footer with the text 'Superbe collier IKTA avec fleurs' and 'Collier ornemental en bois idéal pour...'

Des moteurs de recherche spécialisés

- ✓ **UnCadeau.com** un **moteur de recherche d'idées cadeaux** qui référence depuis 2009 les meilleures idées cadeaux de plus de 500 boutiques en ligne.
- ✓ **Jeveuxdesbijoux.com** le **1^{er} moteur de recherche spécialisé bijoux**. Lancé en novembre 2010, la réponse à une forte demande des internautes

▪ Trafic qualifié

Des guides spécialisés pour mieux capter les acheteurs en ligne

▪ Budget maîtrisé

Référencement forfaitaire
À partir de 0,50€ par mois et par produit

▪ Transfo optimale

2 à 6% de taux de transformation (contre 1% en moyenne depuis les sources de trafic généralistes)

▪ Visibilité accrue

Acquisition de notoriété, relais sur les réseaux sociaux, liens en durs qualitatifs

Vos produits valorisés !

- ✓ Des fiches produits qui **incitent à l'achat**
- ✓ La possibilité de proposer des **promotions exclusives**
- ✓ Le relais de vos offres sur les réseaux sociaux : **Facebook**, **Twitter**, **Delicious**
- ✓ La création de **wishlists** par les internautes (qui touchent ainsi leur réseau direct)
- ✓ Des **liens en dur** qui améliorent votre référencement

♥ **Les coups de coeur du moment**

Boucles Eventails signées...	Boucles d'oreilles en vermeil	Collier Damier	Collier Vintage L'OISEAU BLEU
Chez ZAOLINE	Chez Notes Préc...	Chez Les Bijoux...	Chez Les fantal...
Très jolies boucles fines et romantiques d'Amélie Blaise. Elles sont en plaqué argent, montées...	Boucles d'oreilles créateur en vermeil et verre dépoli. Idéal pour la fête des mères.	Collier de créateur en Jade blanc, Sardonyx et argent 925.	Collier ras de cou coloris bronze, chaîne 45 cm de long. Médillon artisanal résine.
+ Plus d'infos	+ Plus d'infos	+ Plus d'infos	+ Plus d'infos
Voir 30,00 €	Voir 110,00 €	Voir 95,00 €	Voir 12,00 €

+ Voir tous les bijoux coups de coeur

Organisé par Prix | Date | Popularité

1 2 3 4 5 Suivants »

collier "oiseau" de Schlomit Ofir	Collier " Here's comes the sun"...	Montre vintage en métal vieilli...	Pendentif argent cassolette...
Chez Un oiseau ...	Chez Un oiseau ...	Chez Exotic Exp...	Chez Vos bijoux
Collier en métal doré de la créatrice israélienne Schlomit Ofir 2 rangs, chaînes fines petit...	Collier de la créatrice Anglaise Mixko. Création très poétique de la colombe qui amène un arc en...	Montre vintage en métal vieilli et marassites	Pendentif Cassolette Coeur Porte Photo Argent 925°/oo. Dimension : 15 mm de hauteur (hors...
+ Plus d'infos	+ Plus d'infos	+ Plus d'infos	+ Plus d'infos
Voir 32,00 €	Voir 30,00 €	Voir 19,00 €	Voir 19,95 €

Un référencement en toute simplicité...

Un back office dédié, une équipe à votre écoute

- Une vue complète de vos statistiques sur le site
- La possibilité d'optimiser votre présence (tags, choix des catégories, mises en avant...)
- La gestion simplifiée de votre catalogue avec la saisie manuelle ou automatique de fiches produits (flux xml)
- l'accès à toutes vos données de facturation en temps réel
- Une équipe qui vous accompagne et vous conseille au quotidien pour obtenir les meilleurs résultats



...pour un budget maîtrisé !

Forfaits de référencement de Produits			
30 Produits	50 Produits	100 Produits	+ de 100 produits
25€ HT / mois	35€ HT / mois	55€ HT / mois	0,5€ HT par produit / mois

+ Des options de visibilité supplémentaire

- Affichage Coup de cœur en Homepage : 20€ *
- Affichage Coup de cœur d'une catégorie (ex. Cadeau de Noël, cadeau femme...) : 10€ *
- Insertion d'un produit dans une newsletter : 20€ (par produit)
 - forfait par produit pour une durée de 30 jours consécutifs

+ Remise de 20% sur le référencement multi-sites

40€/mois seulement le référencement de 30 produits au choix sur chaque site

Plus d'information ?

Olivier Marx
ALTICS

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

www.altics.fr
Facebook, Twitter, LinkedIn Google +

Mathilde le Rouzic
QUALEAD

04 94 24 18 96 - 09 72 14 67 58
contact@qualead.fr

www.uncadeau.com -
www.jeuxdesbijoux.com