Tous les e-commerçants le savent : le taux de conversion d'un site web est un élément capital ! Si le vôtre stagne, il est sans doute temps d'étudier ses possibilités d'optimisation. Description, réassurance du client… Voici tout ce que vous devez savoir pour améliorer le taux de conversion de vos fiches produits que vous soyez sur WooCommerce, PrestaShop ou Shopify .

Comment optimiser ses fiches produits ?

Les pages produits sont essentielles sur un site e-commerce. Elles sont votre argument de vente principal et une étape décisive dans la décision d'achat. Leur objectif premier est de convertir un visiteur en client et elles ont un impact direct sur le taux de conversion et le chiffre d'affaires. Il est donc essentiel d'y apporter un soin particulier.
Toutes les fiches comportent plus ou moins les mêmes éléments : description du produit, données techniques, visuels, avis clients…
Leur efficacité tient en trois mots : informer, rassurer et séduire.
Bon à savoir : les fiches produit optimisées pour le référencement naturel apportent beaucoup plus de trafic !

Qu'est ce que le taux de conversion ?

Le taux de conversion représente le nombre d'internautes ayant réalisé une action prévue.
Pour l'obtenir, vous devez connaître le nombre total de visites sur votre site et le nombre d'actions réalisées. Celles-ci doivent être définies au préalable dans vos objectifs. En e-commerce, il peut s'agir :

- D'un achat
- De l'inscription à une newsletter
- De laisser un avis ou un commentaire

Adopter les bonnes pratiques

L'optimisation d'un site e-commerce passe par la mise en œuvre de règles à suivre. Le choix des visuels, par exemple, est important. Mieux vaut miser sur des images de qualité, qui mettent le produit en situation.
Il faut également prioriser les informations à mettre au-dessus de la ligne de flottaison. Ces éléments doivent permettre à l'internaute de comprendre immédiatement l'offre proposée.
Enfin, il est utile de faire apparaître les avis des clients sur les articles. Pour cela, il suffit d'ajouter un plugin dédié sur votre CMS e-commerce.

> **« En adoptant les bonnes pratiques pour vos fiches produits, vous mettez toutes les chances de votre côté pour en faire des outils de conversion efficaces. »**

Bien rédiger les descriptions des produits

La description du produit est ce qui prend généralement le plus de place sur la page.
Elle doit à la fois donner des informations détaillées à l'internaute, mais aussi le rassurer sur la qualité de l'article et le sérieux de votre boutique. Vous pouvez y inclure :

- Une description générale
- Ses caractéristiques techniques
- Des conseils d'utilisation

La description d'un produit doit être informative tout en restant commerciale. Elle doit également témoigner de votre sérieux.

Mettre en place des tests A/B

Il n'est pas toujours facile de savoir ce qui va augmenter le taux de conversion d'un site web.
Le mieux est donc de pouvoir faire des tests et de comparer les résultats obtenus.
L'**A/B testing** répond justement à cette problématique. Grâce à cette méthode, vous obtiendrez, pour chaque page :

- Son taux de conversion
- Le pourcentage de fiabilité de chaque variation
- Et son degré d'amélioration, par rapport à la page de départ

Effectuer des tests A/B sur les pages de vos produits principaux permettra de déterminer rapidement les actions à mettre en place pour augmenter leur taux de conversion. Les tests A/B peuvent être mis en place par des outils comme Google Optimize, ou Optimizely, Ab Tasty, …

Expertisme : Votre agence e-commerce

L'équipe d'Expertisme dispose d'une expérience solide dans le domaine du e-commerce.
Nous vous aidons à concrétiser votre projet en :

- Créant des sites e-commerce personnalisés sur Shopify, WooCommerce et PrestaShop
- Installant une solution A/B testing sur votre site
- Vous formant à la rédaction de contenus optimisés

L'Avis de l'Expert e-commerce

Savoir augmenter son taux de conversion est l'enjeu majeur des sites e-commerce. Optimiser ses fiches produits est le coeur du travail du commerçant. rendre visible vos produits avec des titres clairs, des descriptifs complets, des Call To Action attirants, des éléments de réassurances forts, et des visuels de qualité permettent en partie d'améliorer le taux de conversion. N'oubliez pas également le Cross Selling qui peut permettre de gonfler le Panier moyen de votre site.
Pour identifier les leviers à actionner sur votre site et augmenter vos revenus, n'hésitez pas à faire part de vos problématiques en contactant l'un de nos Experts.