

Cinquième édition
du Baromètre E-Commerce

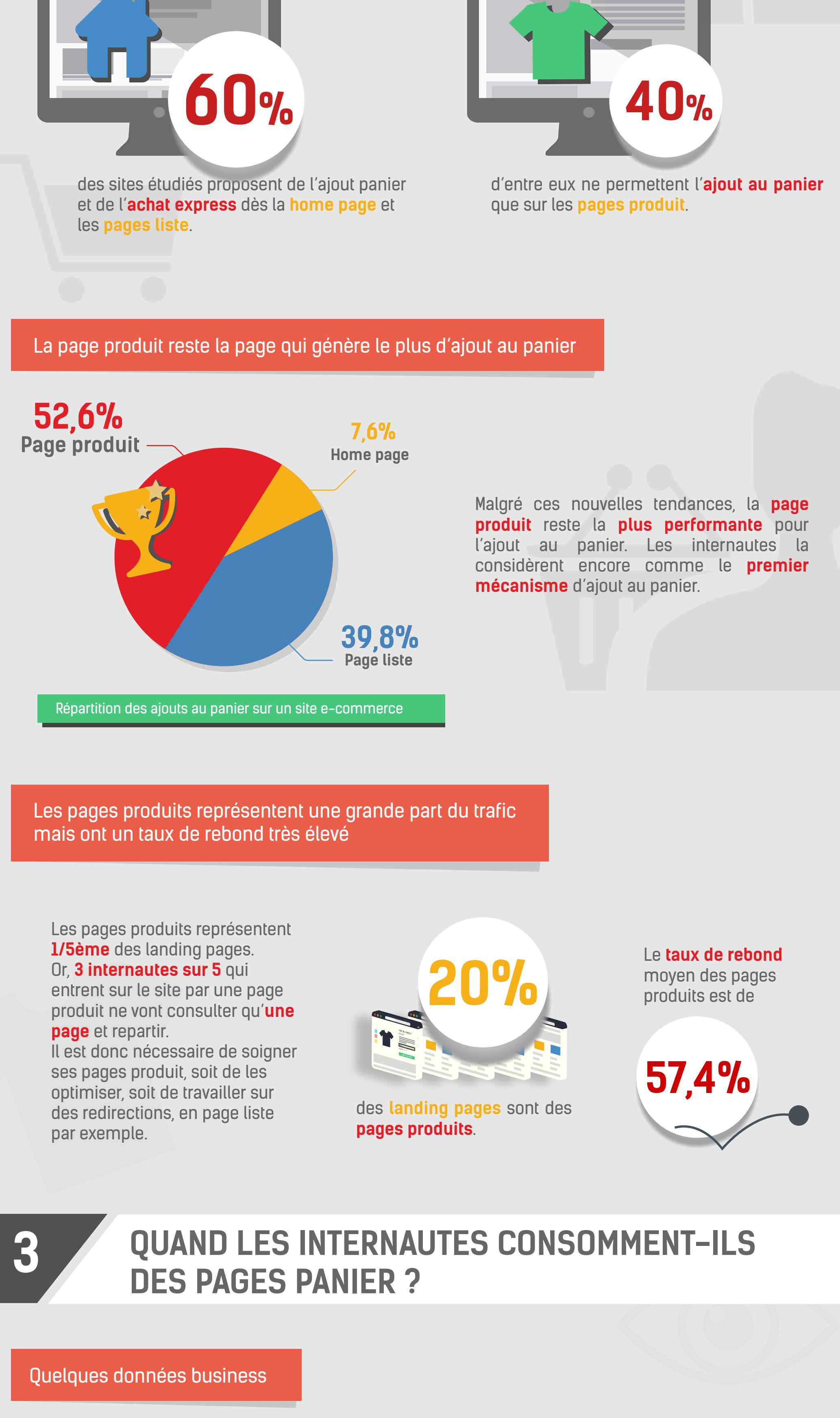
5

Les pages produit

1 DESIGN ET ERGONOMIE DES PAGES PRODUIT

Template d'une page produit standard

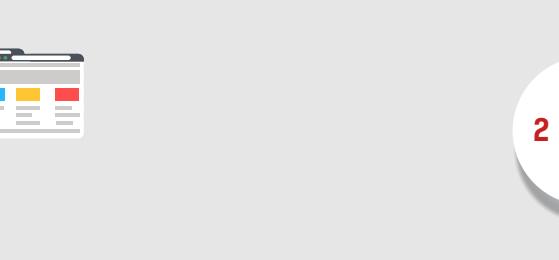
Sur un site e-commerce, la **page produit** est avant tout un **outil** qui permet d'ajouter un produit au panier, étape **indispensable** pour réaliser une transaction.



2 LA PAGE PRODUIT, TOUJOURS AUSSI PERFORMANTE POUR GÉNÉRER DES TRANSACTIONS ?

L'ajout au panier : de nouvelles tendances sur les sites e-commerce

De plus en plus, les e-commerçants proposent à leurs internautes des boutons ou « **call to action** » d'ajout au panier dès la home page, mais aussi en **page liste**.



60%

des sites étudiés proposent de l'ajout au panier et de l'**achat express** dès la **home page** et les **pages liste**.

40%

d'entre eux ne permettent l'**ajout au panier** que sur les **pages produit**.

La page produit reste la page qui génère le plus d'ajout au panier



Malgré ces nouvelles tendances, la **page produit** reste la **plus performante** pour l'ajout au panier. Les internautes la considèrent encore comme le **premier mécanisme** d'ajout au panier.

Les pages produits représentent une grande part du trafic mais ont un taux de rebond très élevé

Les pages produits représentent **1/5ème** des landing pages. Or, **3 internautes sur 5** qui entrent sur le site par une page produit ne vont consulter qu'**une page** et repartir.

Il est donc nécessaire de soigner ses pages produit, soit de les optimiser, soit de travailler sur des redirections, en page liste par exemple.

20% des landing pages sont des **pages produits**.

Le **taux de rebond** moyen des pages produits est de

57,4%

C'est à partir de la **4ème visite** que l'utilisation des raccourcis d'ajout au panier dépasse celle des pages produit.

Evolution du taux d'ajout au panier à partir de la page d'accueil, de la page liste et de la page produit en fonction du numéro de session

Recommandation : Personnalisez vos landing page en fonction du nombre de revisites de l'internaute. En fonction du cycle de vie et du comportement de navigation de votre client, vous pouvez lui proposer une page produit adaptée à son besoin.

3 QUAND LES INTERNAUTES CONSOMMENT-ILS DES PAGES PANIER ?

Quelques données business



En moyenne, un internaute va réaliser son **premier achat** au cours de sa **6ème visite** sur le site.

C'est lors de l'achat que l'internaute a le plus besoin des **boutons d'ajout** au panier.

Plus il revisite le site, plus il va se servir des **raccourcis** d'ajout au panier présents en home page ou page liste.

C'est à partir de la **4ème visite** que l'utilisation des raccourcis d'ajout au panier dépasse celle des pages produit.

Evolution du taux d'ajout au panier à partir de la page d'accueil, de la page liste et de la page produit en fonction du numéro de session

Recommandation : Personnalisez vos landing page en fonction du nombre de revisites de l'internaute. En fonction du cycle de vie et du comportement de navigation de votre client, vous pouvez lui proposer une page produit adaptée à son besoin.

4 PERSONNALISER SON SITE

Comment personnaliser ses parcours en fonction du cycle de vie de l'internaute ?

C'est lors de l'achat que l'internaute a le plus besoin des **boutons d'ajout** au panier.

Plus il revisite le site, plus il va se servir des **raccourcis** d'ajout au panier présents en home page ou page liste.

C'est à partir de la **4ème visite** que l'utilisation des raccourcis d'ajout au panier dépasse celle des pages produit.

Evolution du taux d'ajout au panier à partir de la page d'accueil, de la page liste et de la page produit en fonction du numéro de session

Recommandation : Personnalisez vos landing page en fonction du nombre de revisites de l'internaute. En fonction du cycle de vie et du comportement de navigation de votre client, vous pouvez lui proposer une page produit adaptée à son besoin.

C'est lors de l'achat que l'internaute a le plus besoin des **boutons d'ajout** au panier.

Plus il revisite le site, plus il va se servir des **raccourcis** d'ajout au panier présents en home page ou page liste.

C'est à partir de la **4ème visite** que l'utilisation des raccourcis d'ajout au panier dépasse celle des pages produit.

Evolution du taux d'ajout au panier à partir de la page d'accueil, de la page liste et de la page produit en fonction du numéro de session

Recommandation : Personnalisez vos landing page en fonction du nombre de revisites de l'internaute. En fonction du cycle de vie et du comportement de navigation de votre client, vous pouvez lui proposer une page produit adaptée à son besoin.

C'est lors de l'achat que l'internaute a le plus besoin des **boutons d'ajout** au panier.

Plus il revisite le site, plus il va se servir des **raccourcis** d'ajout au panier présents en home page ou page liste.

C'est à partir de la **4ème visite** que l'utilisation des raccourcis d'ajout au panier dépasse celle des pages produit.

Evolution du taux d'ajout au panier à partir de la page d'accueil, de la page liste et de la page produit en fonction du numéro de session

Recommandation : Personnalisez vos landing page en fonction du nombre de revisites de l'internaute. En fonction du cycle de vie et du comportement de navigation de votre client, vous pouvez lui