

# OPTIMISATION DU CRO

Les meilleures pratiques à mettre en place

## QUELQUES CHIFFRES

# 17 min

Temps moyen passé  
Pour une session "acheteuse"

# 30%

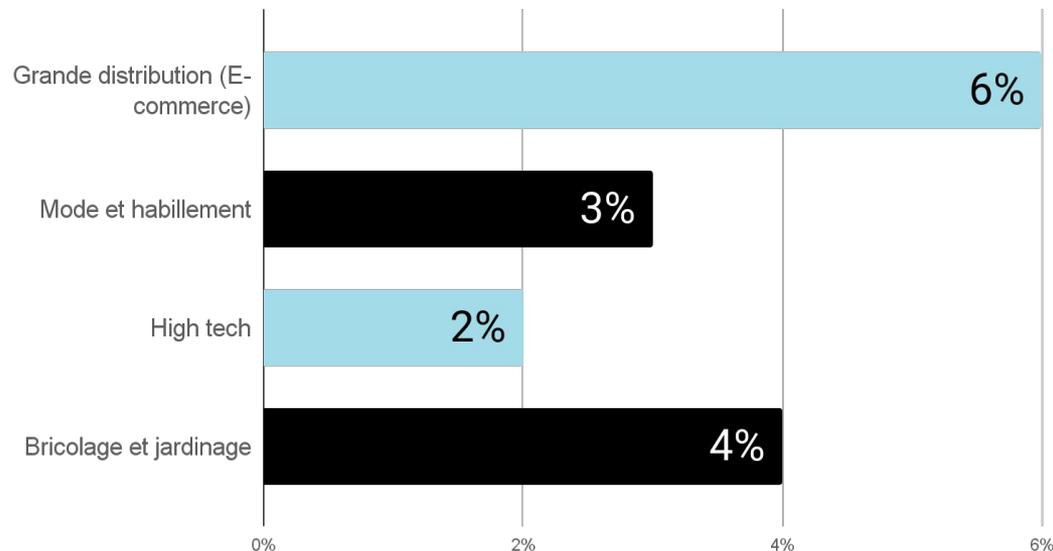
du CA dépensé en moyenne  
en Marketing Digital

## TAUX DE TRANSFORMATION

moyen en octobre 2023

# 2,96%

Taux de conversion moyen  
(toutes industries confondues)



## AGENDA

1. QUELQUES MOTS SUR YATEO
2. BEST PRACTICES CRO
3. EXEMPLE 1 : VET SECURITE
4. EXEMPLE 2 : PACKEOS





**Yves Attias**  
CEO  
YATEO

**QUI  
SUIS-JE ?**

## YATEO ♥ PRESTASHOP

Une histoire d'amour avec un focus sur les marchands ambitieux

**AGENCE  
CLASSÉE #1**

YATEO est classé numéro 1 dans le classement des agences partenaires effectué par PrestaShop.

**NOTRE CTO EST  
UN ANCIEN DE  
PRESTASHOP**

Nous misons également sur PrestaShop dans nos démarches de recrutement !

**PLUS DE 300  
PROJETS**

Avec 17 ans d'existence, nous avons pu travailler sur plus de 300 projets PrestaShop.

**NOUS AIMONS  
LA COMPLEXITÉ**

Même si nous savons faire des sites "simples" (templates, etc.), nous préférons le challenge des e-commerçants ambitieux avec des contraintes métier fortes.

## YATEO : NOS MISSIONS

### ACQUISITION

SEO  
SEA  
Social Ads

### E-COMMERCE

Création  
Refonte  
Évolution

### CONSEIL

Accompagnement stratégique  
CRO  
AB Testing

**+ de 500**

Sites et outils  
créés sur mesure

**+ 25M €**

D'achats médias  
gérés annuellement

**+ de 500**

Clients de la startup  
aux Grands Comptes

**+ de 4 000**

Partenaires médias  
SEO

## ILS ONT FAIT CONFIANCE À YATEO

Quelques exemples

 HAVAS VOYAGES Butagaz BNP PARIBAS elis Christofle  
PARIS foodora MINISTÈRE  
DE L'EUROPE  
ET DES AFFAIRES  
ÉTRANGÈRES eurostar Lipton L'ORÉAL Nations  
Unies PARIS  
2024

# +500

Clients de la Start Up  
aux Grands Comptes

## UNE EXPERTISE RECONNUE EN SEA/SMA

Nos experts pensent CRO mais AUSSI acquisition 🚀



Google Partner

La certification Google Partner **positionne YATEO** comme **acteur de premier ordre** en matière de SEA en bénéficiant d'un **accompagnement spécifique** de la part de Google tout en restant fidèle à notre **ADN 100% ROIste**

The Meta logo, featuring a blue infinity symbol followed by the word 'Meta' in a bold, sans-serif font.

Meta  
Business Partner

La certification Meta Business Partner **positionne YATEO** comme l'un des top acteurs français matière de Social Ads tout en restant fidèle à notre **ADN 100% ROIste**

## LE CRO : UNE DÉMARCHE ANALYTIQUE

Chaque décision doit être mesurée, analysée et testée

Malgré les joies des réglementations cookieless, nous restons dans une ère où la data est abondante et où, chaque décision concernant le CRO, peut être prise dans un cadre mesurable et comparable.

Nous vous recommandons donc vivement d'**AB tester chaque décision** et de valider chaque démarche par des chiffres tirés de vos outils de web Analytics.

Aussi, les recommandations présentées dans ce document ont vocation à être généralistes et elles doivent être **adaptées aux industries / personas / spécificités métiers**.



# ACCÈS À L'OFFRE

Comment **faciliter la recherche**  
et **l'accès aux produits** ?



# OPTIMISEZ VOTRE MOTEUR DE RECHERCHE

## 1. RAPIDITÉ D'EXÉCUTION

Plus les résultats apparaîtront rapidement, plus vous faciliterez l'accès aux produits par les internautes et donc les ventes.

## 2. RECHERCHE INTELLIGENTE

Il faut que les résultats soient pertinents, aussi bien par l'intelligence du moteur de recherche que par les outils offerts au e-commerçant (merchandising, synonymes, priorisation, etc).

## 3. NAVIGATION A FACETTES

Offrir la possibilité aux internautes de filtrer leurs résultats de recherche rendra la démarche de recherche produit encore plus efficace

## 4. HISTORIQUE ET OPTIMISATION

Avoir Doofinder c'est bien, l'optimiser c'est mieux ! Il faut impérativement :

- Détecter les recherches sans résultat les plus fréquentes et créer des synonymes
- Optimiser le classement produit des recherches les plus fréquentes
- etc.

## UNE WISHLIST OUI MAIS ACCESSIBLE !

Supprimer l'obligation de connexion

Avoir une **wishlist est bénéfique pour la transformation**, car cela facilite le choix des produits à commander.

Néanmoins, trop souvent, nous voyons des wishlists qui sont bloquées et disponibles uniquement en créant un compte.

Nous recommandons de **rendre la wishlist disponible hors connexion** afin de faciliter l'entrée dans l'offre et donc maximiser la transformation.



# NAVIGATION À FACETTES OPTIMISÉE

La navigation à facettes (filtres) est un élément incontournable sur un site internet, car cela permet de trouver rapidement un produit.

Néanmoins, trop souvent, nous voyons des catégories sans navigation à facettes, avec trop peu de filtres, etc.

Il est vraiment crucial de capitaliser sur cet élément et d'**offrir un maximum de possibilités de filtres à l'internaute** (par caractéristiques, par prix, par disponibilité, par date de livraison, par avis, etc.)

D'autant qu'une **navigation à facette optimisée pour le SEO** peut être un outil redoutablement efficace (en indexant uniquement certaines facettes, avec un texte dédié, etc.).

Privé by Zalando : jusqu'à -75% sur la collection automne-hiver pour une garde-robe tendance à prix réduits. V

Femme **Homme** Enfant  Découvrir **PLUS**

New in Vêtements Chaussures Accessoires Streetwear Luxe & Créateurs Sport Soins Inspirations Promos

Homme > Vêtements > T-shirts & Polos

## T-shirts et Polos homme

Vêtements

T-shirts & Polos 35 452 articles ⓘ

- T-shirts basiques
- T-shirts imprimés
- Débardeurs
- Polos
- T-shirts manches longues
- T-shirts de sport
- Chemises
- Sweats & Hoodies
- Pantalons
- Jeans
- Shorts & Bermudas
- Vestes
- Maille
- Vêtements de sport
- Joggings & Survêtements
- Costumes & Cravates
- Manteaux
- Sous-vêtements & Chaussettes



Sponsorisé ⓘ  
Lacoste  
REGULAR FIT - Polo - black



Exclusivité Nouveau  
Sponsorisé ⓘ  
Lacoste  
UNISEX - T-shirt basique - sequoia

# TIERS DE CONFIANCE

Comment être plus rassurant  
que des dizaines de concurrents,  
surtout pour des internautes qui  
découvrent votre site ?



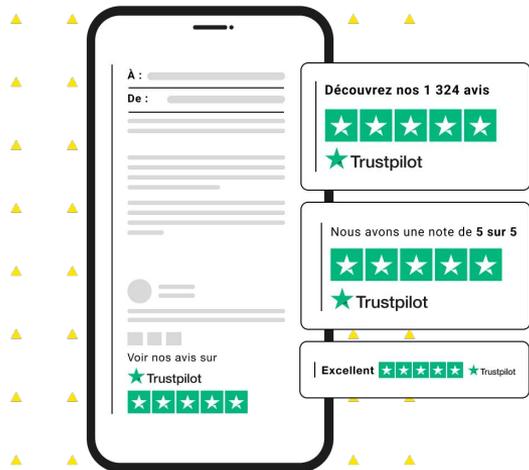
# CAPITALISER SUR LES AVIS CLIENTS

Une bonne pratique pour rassurer sur le sérieux de votre site

## Avis site

Nous recommandons vivement de **collecter des avis sur le site** et surtout de **les mettre en avant**.

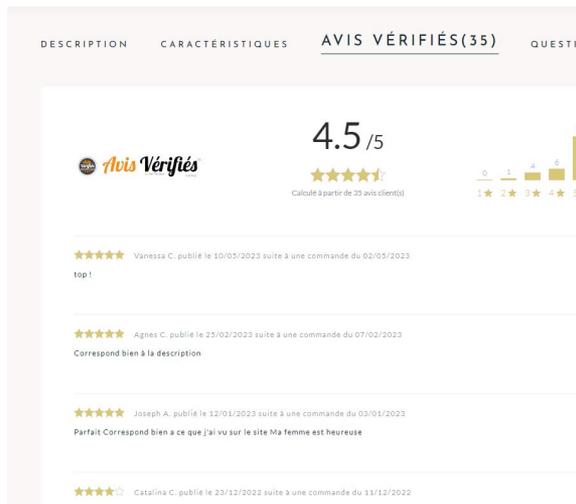
N'oubliez pas qu'une **vaste majorité de votre trafic ne passera jamais par votre page d'accueil** et qu'il faut donc les mettre en avant partout (header / footer / etc).



## Avis produits

Les avis produits vont également **rassurer sur chacun des produits** et il faut les **mettre en avant en liste produit** tout comme sur la **fiche de chaque produit**

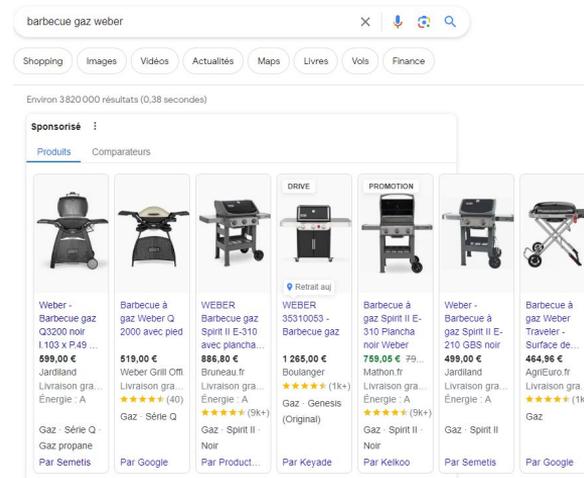
Vous pouvez même les utiliser en filtres pour votre **navigation à facettes**.



## Utilisation en search

Avoir une collecte d'avis tiers permet de les **mettre en avant en SEO comme en SEA**. Cela va donc améliorer la rentabilité de vos campagnes d'acquisition.

Pour cela, passez par des outils de collecte agréés par Google (Trustpilot, TrustedShops, Avis Vérifiés, etc).



## CERTIFICATIONS, PRIX ET LABELS

Des tiers de confiance “officiels”

**Mettez en avant des certifications, prix et labels qui parlent à votre cible.**

- Normes de qualité (ISO, etc.)
- Prix et concours remportés
- Certification de qualité
- “Made in France”, “Made in Europe”
- Normes environnementales, actions à chaque commande (arbre planté, cotisation à des associations, etc.)
- Etc.



# LA PRESSE PARLE DE NOUS / ILS NOUS ONT FAIT CONFIANCE

## La presse parle de nous

Une mention dans un média est l'un des arguments les plus puissants pour rassurer les internautes sur le sérieux de votre site. Nous vous recommandons l'**utilisation de médias connus par votre cible**, ce qui **aidera votre SEO** en plus de **booster la transformation**.

À noter qu'il est possible d'acheter des publi-rédactionnels si vous n'avez pas de "presse organique".

**Ils parlent de nous**

On parle d'ExcellenceRhum dans la Presse et les Médias

« Les compères d'Excellence Rhum ont mis la main sur un jamaïcain qui vous veloute (du verbe velouter, cherchez pas dans le dico) la glotte avec sensualité. »

« Excellence Rhum, Un superbe site où l'on trouve des rhums de collection »

« Exceptionnel ! ExcellenceRhum Collection 2018 Toursquare Cask 14 Vintage 2007 »

« L'accueil est chaleureux, presque hors temps. Ici, on parle de rhum comme de littérature ou de peinture. »

**Excellence Rhum**

C'est le plus grand choix de rhum au monde et nous livrons dans 155 pays. Nous sommes une entreprise française d'❤️ du rhum.

**N°1 du rhum**

Blog  
Rachat de bouteille  
CGV & Mentions légales  
Nous rejoindre

**Votre boutique**

Magasin de rhum à Paris  
A propos  
Nous contacter  
Nos engagements

**Aide**

Votre livraison  
Foire aux questions  
Assurance complémentaire  
Offre PRO

**Contact**

+33 01 85 41 11 20  
(Appel en France Métropolitaine)  
Du Lundi au Dimanche, de 9h30 à 19h  
Avis clients ★★★★★ 4,7/5

f i s y t d in

## Ils nous font confiance

Dans certains secteurs, la **mise en avant de références de clients importants** va aider à la transformation

Visez en priorité des **marques connues et surtout connues par votre cible**.

**Nos références**

VOIR TOUTES NOS RÉFÉRENCES

# FICHE PRODUIT

Comment offrir des **informations exhaustives et les hiérarchiser** afin de provoquer l'ajout au panier ?



## ANNONCEZ UNE DATE DE LIVRAISON

Une date de livraison, même estimée, rassurera l'internaute

Ne parlez pas de “délais d'expédition” ou de “délais de livraison” : **soyez clairs sur la date à laquelle l'internaute sera livré.**

Soyez le plus clair possible dans l'estimation de la date réelle de livraison afin de rassurer l'internaute, quitte à mettre une marge de sécurité d'un jour par exemple.

De nombreux modules PrestaShop pourront vous aider à calculer cette date en fonction de vos contraintes (congrés, jours fériés, jours travaillés, stock disponible, temps de préparation, etc.)



# FAQ : DES QUESTIONS / RÉPONSES POUR RASSURER

Répondez d'avance aux questions habituelles des prospects

## Intégrées à la fiche produit

Il faut **intégrer les questions les plus fréquentes** directement à la fiche produit

La majorité des internautes va arriver directement sur la fiche produit ou la liste produit et risque de cliquer sur “précédent” s'ils ne trouvent pas la réponse à leur question.

Matière et entretien



Détails du produit



Taille & coupe

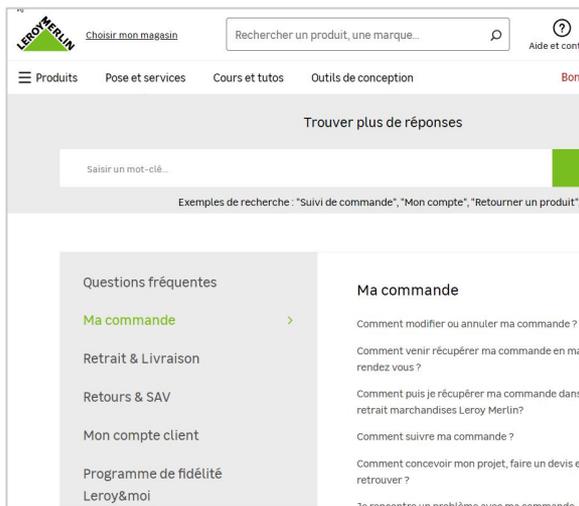


Questions fréquentes



## Par catégorie

Répartir votre section FAQ avec des catégories de questions permet de **mettre plus de questions et de faciliter la recherche** d'une réponse à sa question.



## Moteur de recherche

Un **moteur de recherche interne à la FAQ** permet également de **trouver plus facilement des réponses à ses questions** et donc de faciliter l'acte d'achat.

Search



## ESTIMATION DES FRAIS DE PORT

Éviter les abandons de panier lié aux frais de port

Si vous n'avez pas de transporteur gratuit, **nous vous recommandons vivement d'estimer les frais de port par défaut dès la fiche produit**, afin d'éviter les mauvaises surprises.

En effet, la découverte des frais de port dans le tunnel peut avoir un effet déceptif et couper des ventes.

Certains marchands préfèrent même augmenter légèrement leurs prix et avoir une livraison gratuite pour éviter cet écueil, et ils A/B testent leur décision bien sûr.



## HIÉRARCHISER L'INFO PRODUIT

Tous les éléments n'ont pas la même importance

La fiche produit est souvent le point d'entrée du site (notamment en SEO / SEA) et il est **primordial que son contenu soit exhaustif mais hiérarchisé** pour faire ressortir les éléments clés.

Il faut en effet respecter quelques règles simples :

- **Le Call To Action (CTA)** doit être l'élément le plus visible et le mieux mis en avant
- **Bien prioriser l'affichage** : le prix, la quantité et la date de livraison sont bien importants que les caractéristiques produit par exemple
- Trouver des **systèmes de répartition de l'information** efficaces (menu interne, onglets, blocs pliants / dépliants)
- Il faut bien sûr **être exhaustif** : avis clients, caractéristiques, photos, vidéos, questions / réponses, date de livraison, etc
- Il faut **penser mobile**, car c'est la clé de la transformation depuis des années



# CROSS / UP SELLING

Comment **pousser des ventes complémentaires / additionnelles** pour augmenter son panier moyen ?



## Optimisez les suggestions

La pertinence des propositions est la clé

**Réfléchissez bien à la mécanique de cross selling** : l'idée est de générer des achats peu impliquant au regard du montant du produit initial et offrant une véritable plus-value.

Nous voyons encore trop souvent des produits en cross selling bien trop chers et pour lesquels la vente relèverait du miracle : personne n'achète un meuble à 3000€ et se laisse tenter à la dernière minute par un second meuble à 3000€.

**Suivant vos industries, il existe des mécanismes à privilégier :**

- Accessoires pertinents (la pile pour le jouet d'enfant par exemple ou le kit d'entretien)
- Assurance ou garanties
- Options (choix du siège en aviation par exemple)
- Personnalisation du projet (initiales gravées, etc.)
- Cadeaux (coffret-cadeau, carte imprimée, petits accessoires dans le colis, etc.)



## Optez pour une mise en avant efficace

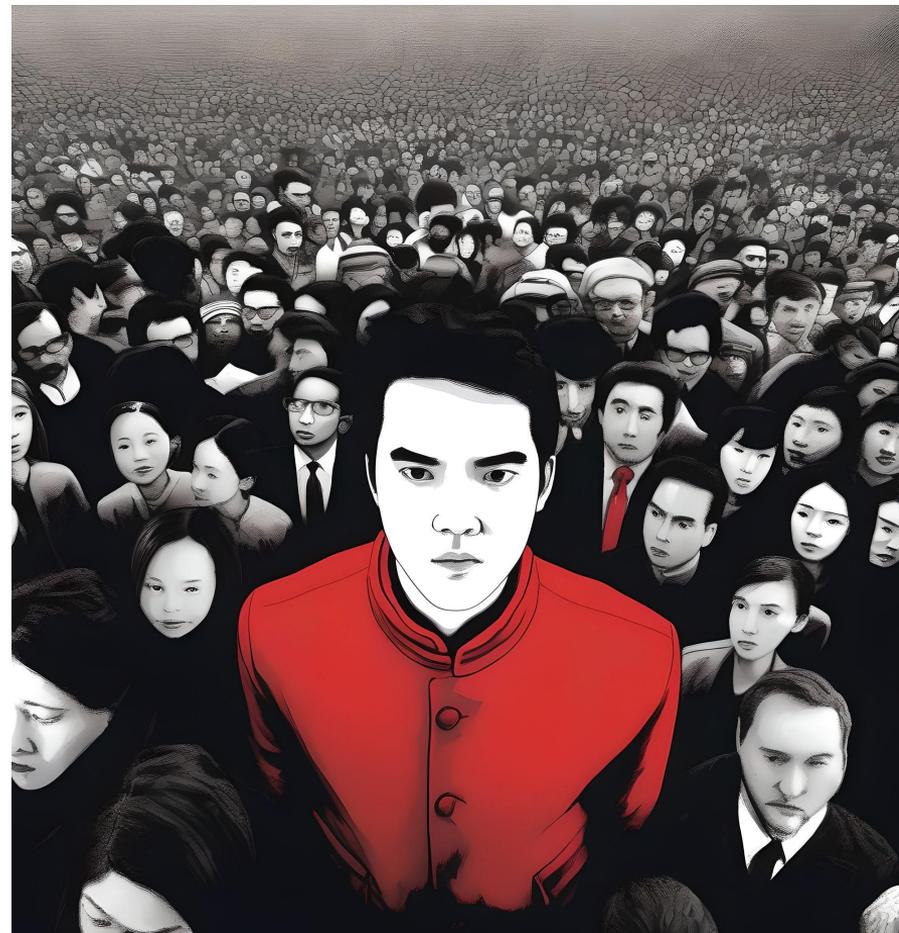
Un cross selling pertinent, c'est bien, le voir c'est mieux !

Vous avez trouvé la mécanique parfaite de cross selling ?

C'est parfait, mais il vous reste maintenant à déterminer :

- **Le degré de pression de la mise en avant** (entre l'obligation de passage des compagnies aériennes et aucune mise en avant, il y a de nombreuses nuances)
- **Les emplacements précis où pousser le cross selling** (fiche produit, popin de confirmation d'ajout au panier, tunnel, mail de marketing automation, etc.)

À noter que **nous recommandons vivement l'utilisation de la popin de confirmation d'ajout au panier** qui est trop souvent négligée dans la mise en avant du cross selling.



# TUNNEL D'ACHAT

Comment **rassurer et limiter la friction** pour conclure la vente?



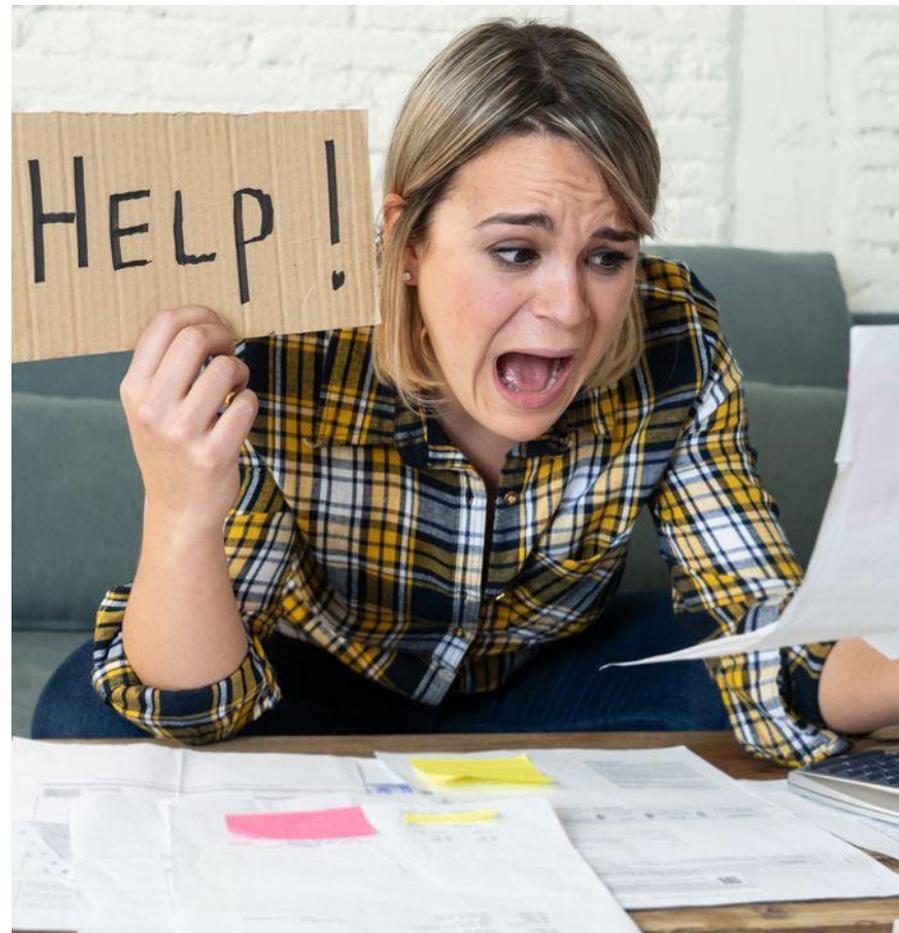
## Enlever de la friction des formulaires

Surtout sur mobile où chaque saisie est un effort

Trop de site ne retouchent absolument pas les formulaires en laissant trop de friction.

Voici quelques pistes à explorer :

- **Limitez au strict minimum les champs** (supprimer la date de naissance si vous ne l'utilisez pas, idem pour le téléphone secondaire, etc.)
- **Limitez le nombre de checkbox** (regroupez-les, ne proposez pas d'inscription à la newsletter si vous n'en faites pas, etc.).
- **Mettez en place de l'autocomplétion sur l'adresse** qui fera gagner un temps précieux (évitant ainsi la saisie de l'adresse, du code postal, de la ville et du pays)
- **Idem pour de l'autocomplétion sur le numéro SIRET** en B2B
- **Soignez l'UX** (placeholders, sections, etc.)



## Un tunnel rassurant

Limiter les possibilités de sortie de tunnel

Afin de limiter le taux de sortie du tunnel, de nombreux acteurs vont :

- **Avoir un header différent pour le tunnel (vs le site)** en supprimant toutes les possibilités de sortir du tunnel (menu, liens, etc) et en ayant un focus sur le fil d'Ariane du tunnel
- **Mettre en avant des éléments de réassurance** ainsi que la date de livraison estimée pour le panier de l'internaute.



### 3 options de livraison minimum

Offrez des options de livraison qui s'adaptent à chacun

Nous recommandons d'offrir **différentes options de livraison** aux internautes et **au minimum 3 choix** :

- **Livraison "traditionnelle"** : option de livraison souvent la moins chère et choisie par défaut
- **Livraison en point relais** : avec le réseau avec le maillage le plus fin possible
- **Livraison premium** : option premium quitte à avoir un surplus

Vous pouvez également mettre en place de l'**upselling pour attendre le franco de port** pour augmenter le panier moyen (par exemple "plus que x€ pour atteindre la livraison gratuite")



## Le marketing automation, une obligation

Panier abandonné bien sûr, mais pas que !

Relancer les paniers est un “minimum vital” mais il faut aller plus loin :

- **Segmenter les paniers et avoir un tunnel de relance différent** (suivant le montant du panier, suivant la typologie de produits, suivant le persona, etc.)
- **Basculer automatiquement du mail vers le SMS** (en fonction de l'âge de l'internaute, du fait que le mail n'a pas été ouvert après x jours, etc.)
- **Relancer également sur le cross selling post vente et le repeat** (par exemple proposer les cartouches d'encre x jours après l'achat).

Il existe de nombreux acteurs permettant de faire ce genre d'actions :

- **Klaviyo** : outil très puissant, mais en SAAS et donc avec un besoin de disponibilités de vos équipes
- **Carts Guru** : outil moins puissant, mais qui met des consultants à votre disposition

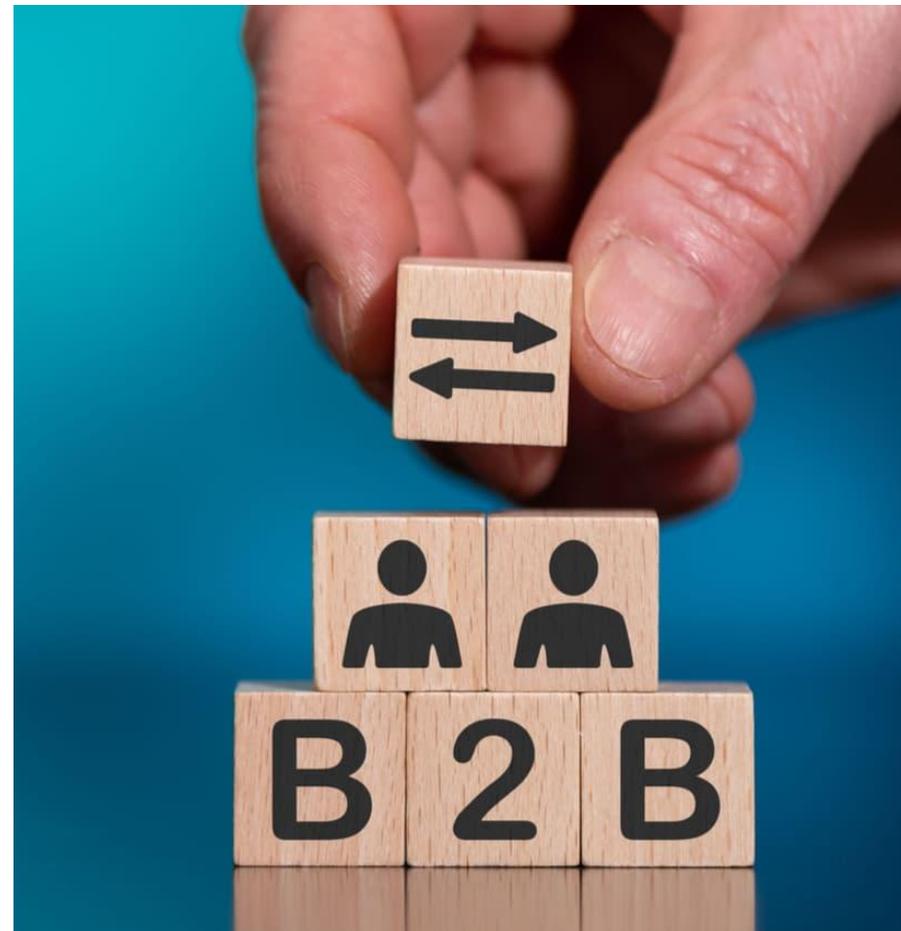


## B2B : pensez aux spécificités

Un set de fonctionnalités bien spécifiques

Les clients en B2B ont des besoins bien spécifiques qu'il faut adresser sur votre site web :

- **Devis** : ils ont besoin de générer des devis, de les faire valider, etc.
- **Commande rapide** : pour les plus fidèles, une commande facilitée par un formulaire avec autocomplétion, import Excel, etc.
- **Paiement en compte** : ils ont des besoins de paiement en compte suivant les accords négociés
- **Virement instantané** : afin de limiter le nombre de virements qui n'arrivent jamais à bon port
- **Virement RIB virtuel** : le pointage des virements est extrêmement fastidieux et nuit aux délais de réception



# EXEMPLE 1

## vetsecurite.com

Pardon d'avance...

J'ai écouté les instructions de  
**@Grégory Pairin**

4.67/5 7068 avis clients *Avis Vérifiés* + de 63 000 avis / Excellent 4,7/5 Nos marq

**VET SÉCURITÉ**  
Le meilleur de l'équipement pour les pros et les passionnés

Rechercher

☰ NOS MÉTIERS | Sécurité / Incendie | Militaire / FDO | Workwear / EPI | Médical / Bien-être | C

1 PRODUIT DE LA GAMME HARDSHELL ACHETE  
**1 TOUR DE COU OFFERT**

J'EN PROFITE

◀ ▶

**Livraison GRATUITE**  
La livraison est offerte dès 69€ en relais ou à domicile

↕

# Fiche produit

Voici quelques exemples d'améliorations potentielles :

- **Cross selling** pas toujours adapté et pas toujours rempli (il est possible de combler les "trous" avec des règles par défaut)
- **Blocs vides** : Questions? / Photos clients? / Avis clients? : si vide, masquer chaque onglet pour éviter l'effet anxigène du 0
- **Personnalisation** : via un typeform plutôt que sur le site. Il faut automatiser le process pour permettre de commander en ligne
- **Déclinaisons** : rendre l'alerte de choix de déclinaison (fond blanc) plus visible, surtout sur mobile
- **Wishlist** : disponible uniquement pour les clients logués
- **Avis** : lien "avis" en haut fait scroller, mais n'ouvre pas l'onglet
- **Date de livraison** : 2 notions de date ("chez vous dès demain" + tableau). UX à revoir pour afficher les dates sans retour à la ligne et sans fourchette (comme dans le tunnel)
- **Les déclinaisons (par exemple de couleurs)** sont situées sous le tableau de prix et sous les boutons d'action, donc sous le fold
- **Les news en footer** : 1 seul article ce qui laisse un vide
- **Mobile** : description trop longue qui fait descendre le CTA et chat au-dessus de l'ajout au panier (sticky)
- **Devis** : pas de mise en avant des demandes de devis

**TASMANIAN TIGER**  
**Porte plaques détachement rapide Skeleton/Amphibie MKII coyote - Tasmanian tiger**

Le Porte-plaques détachement rapide Skeleton/Amphibie MKII en couleur coyote de la marque Tasmanian Tiger est un porte-plaques compact pour accueillir des plaques balistiques et offre une protection supplémentaire aux professionnels de la sécurité, aux militaires et à d'autres utilisateurs nécessitant une protection balistique.

**143,92 € TTC**

Quantité: 1 [Ajouter au panier](#)

Évaluation Express - 1 à 2 jours ouvrés  
 Livraison estimée arrive le Jeudi 09 Novembre 2023 et le Vendredi 10 Novembre 2023 **€59€**

Évaluation Standard - 4dn / 7dn  
 Livraison estimée arrive le Vendredi 10 Novembre 2023 et le Lundi 13 Novembre 2023 **€69€**

\*\* Retour gratuit sous 30 jours

○ Livraison gratuite dès €9€

**VOUS AIMEREZ AUSSI**

Vigilant  
 Check rig compact coyote  
 - Vigilant  
 €69€  
 Disponible - Départ ce jour

Description    Caractéristiques    Questions ? (0)    Photos clients (0)

# Tunnel

Voici quelques exemples d'améliorations potentielles :

- **Autocomplétion des adresses** : manquante
- **Autocomplétion sur le numéro SIRET** : manquante également
- **UX mobile** : le CTA est en dessous du cross selling
- **Beug mobile > inscription** : message d'erreur : "cochez cette c" sans la fin et \* seule à la ligne (au-dessus du CTA)
- **Inscription > Date de naissance** : est-elle utilisée ?
- **Newsletter** : opt-in à passer en opt-out, mais également limiter la taille du texte des checkbox
- **Chat** : il disparaît dans le tunnel alors qu'il était disponible sur le reste du site
- **Paiement en plusieurs fois** : sur un panier de 60,72€ on me propose le paiement en plusieurs fois (sur la fiche produit et le panier), mais il n'est pas disponible finalement : le griser ou simplement le mentionner permettrait de faire de l'upselling
- **Paiement par virement** : il manque le choix du paiement en virement instantané ou en virement avec des RIB virtuels
- **Fidélité** : le programme de fidélité est mentionné discrètement, sans explication et sans mise en avant sur la fiche produit

Votre livraison offerte dès 69 € d'achat

**VET SÉCURITÉ**  
Le meilleur de l'équipement pour les pros et les passionnés

Rechercher

☰ NOS MÉTIERS | Sécurité / Incendie | Militaire / FDO | Workwear / EPI | Médical / Bien-être |

Accueil > Panier

## Panier

× VIDER LE PANIER

 **Porte plaques détachement rapide Skeleton/Amphibie MKII coyote - Tasmanian tiger** 1 ~~179,99€~~ **143,92€** **-20%** ×

● Chez vous dès demain

< CONTINUER MES ACHATS

## VOUS ALLEZ CRAQUER POUR

CADEAU

 +4 version(s)

 +4 version(s)

 +4 version(s)

## En vrac

Voici quelques exemples d'améliorations potentielles :

- La page "emploi / stages" est vide, ce qui peut avoir un effet déceptif sur les internautes.
- Les mises en avant dans le blog pourraient être renforcées afin de mieux transformer le trafic issu du SEO par exemple
- **Lookbook** : ils sont relativement peu mis en avant (uniquement sur la fiche produit, pas dans le menu)
- **FAQ** : doublon entre FAQ <https://support.vetsecurite.com/hc/fr> et certaines pages CMS
- **La presse / Partenaires** : capitaliser sur ces éléments (dans le footer avec un bandeau par exemple) pour faire de la réassurance
- **Événements** : relooker cette section pour en améliorer le rendu et l'UX (détails sur un événement, page de liste, etc.)
- **Note Avis Vérifiés** : différente entre header (4.67/5) et footer (4.71/5)
- **Footer > menu** : il faut impérativement l'alléger / regrouper des pages / supprimer d'autres (la page Black Friday par exemple n'a pas vocation à être là toute l'année)



VET SECURITE c'est une trentaine de collaborateurs dynamiques et motivés pour offrir le meilleur de l'équipement et aux passionnés. Vous souhaitez rejoindre nos équipes ? Consultez les offres d'emplois et de stages c

### Les offres d'emploi VET SECURIT

Aucune offre n'est disponible en ce moment.

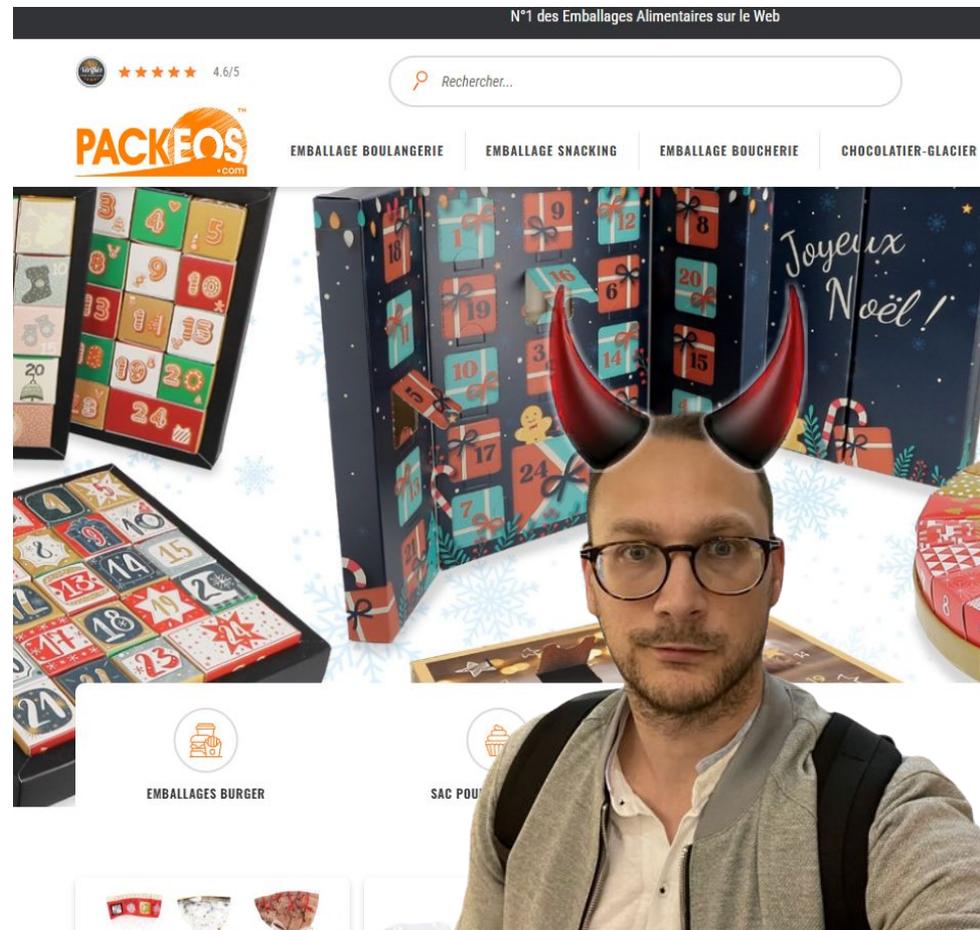
### Les offres de stage VET SECURIT

# EXEMPLE 2

## packeos.com

Pardon d'avance...

J'ai écouté les instructions de  
[@Grégory Pairin](#)



## Pas de navigation à facettes

Les pages de liste ne contiennent pas de navigation à facette.

Nous recommandons d'en implémenter une et de mettre une multitude de critères de filtre (en fonction des avis, du prix, des caractéristiques, de la disponibilité, de l'utilisation potentielle, etc.).

De même, toujours sur la page de liste :

- **L'espace de la colonne de gauche** pourrait être utilisé à meilleur escient car il est majoritairement vide sur desktop
- **Une seconde photo au survol** ou au clic pourrait être utilisée
- **L'utilisation de la wishlist** pourrait être mise en avant (avec un cœur plutôt que le symbole actuel et surtout en la rendant disponible hors connexion)

N°1 des Emballages Alimentaires sur le Web

4.6/5

Rechercher...

PACKEOS.com

EMBALLAGE BOULANGERIE | EMBALLAGE SNACKING | EMBALLAGE BOUCHERIE | CHOCOLATIER-G

EMBALLAGE BOULANGERIE | BOITE À GATEAU / BOITE PÂTISSÈRE

### Boite à gâteau / Boite pâtissière

Boite à gâteau packeos

Découvrez la gamme boite à gâteau / **boites pâtisseries** colorées qui sauront conserver et habiller les plus savoureuses préparations en boites (cupcake, muffins, viennoiseries, gâteau à la crème, petits fours...) !

Boulangers, pâtisseries, transportez vos gâteaux avec une protection et une hygiène optimale et gardez ainsi la saveur des gâteaux. Idéale pour les fêtes, en boîte de transport simple, mais aussi en modèle rectangulaire plus original, de quoi satisfaire tous les goûts.



**GAMMES BOULANGERIE**

- > Boite à gâteau / Boite pâtissière
- > Support pâtisserie / Carton pâtisserie
- > Papier alimentaire / papier cuisson
- > Consommables
- > Sac alimentaire / Sachet alimentaire
- > Emballage alimentaire pour les fêtes (noël, pâques,...)
- > Bonnes affaires - Déstockage



★★★★★

Boite gâteau carrée blanche

à partir de

**0,1038 C**



★★★★★

Boite rectangulaire blanche

à partir de

**0,2106 C**

## Fiche produit

Voici quelques exemples d'améliorations potentielles :

- **CTA** : pas de CTA clair au-dessus du fold
- **Ajout au panier** : l'ajout d'une quantité ne provoque pas l'ajout au panier, car il n'y pas de CTA par ligne (il faut cliquer sur entrée ou faire "ajouter au panier" qui est tout en bas ce qui peut provoquer des doublons en cas de modifications de quantités)
- **FAQ** : pas de FAQ
- **Cross selling** : pas de cross selling
- **Galerie photo** : pas d'accès aux miniatures des photos suivantes
- **Date de livraison estimée** : pas de date de livraison estimée
- **Caractéristiques produits** : pas de caractéristiques mises en avant
- **Dégressivité des prix** : pas de mise en avant d'un tableau de dégressivité des prix
- **Devis** : pas de mise en avant de la demande de devis
- **Répartition de l'information** : pas de système de hiérarchisation de l'information (onglet, menu interne, etc.)

Boîtes poignées blanches

A partir de **0,1450 € HT/unité**

[Voir les produits](#)

Boîtes avec poignées pour faciliter le transport. Des boîtes personnalisées sont simples, solides et jolies. Différentes hauteurs et largeurs sont disponibles. Fabriquées en carton compact alimentaire, vous pouvez choisir la taille qui vous faut pour une combinaison d'entretiens. Les petites cartes de visite ne sont pas comprises. Les dimensions sont les suivantes: longueur x largeur x hauteur

Les emballages alimentaires PACKEOS

Toujours au meilleur prix !

Boîtes poignées blanches		Qté	
	Boîtes poignées blanches 10,5x10,5x4,5 cm, paquet de 50	6,49 € soit 0,1298 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 10x12x7 cm, paquet de 50	7,25 € soit 0,1450 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x10x4,5 cm, paquet de 50	8,09 € soit 0,1618 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x18x10 cm avec encoches, paquet de 50	8,11 € soit 0,1622 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x18x10 cm avec encoches, paquet de 50	11,58 € soit 0,2316 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x16x7 cm, paquet de 50	9,91 € soit 0,1982 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 22x18x10 cm avec encoches, paquet de 50	11,58 € soit 0,2316 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 20x18x7 cm, paquet de 50	10,33 € soit 0,2066 €/le Unité	<input type="text"/>

# Tunnel

Voici quelques exemples d'améliorations potentielles :

- **Page panier** : pas de page panier
- **Autocomplétion des adresses** : manquante
- **Autocomplétion sur le numéro SIRET** : manquante également
- **Département** : champ département inutile (car le code postal est saisi)
- **Mail de confirmation** : un mail est envoyé à l'inscription avec lien cliquable, ce qui crée de la friction à la commande et qui n'est pas une bonne pratique en CRO)
- **Header du tunnel** : pas de tunnel avec un header simplifié
- **Livraison express** : pas d'option de livraison express
- **Paiement par CB** : l'acte de paiement se passe en dehors du site au lieu d'être intégré au site
- **Paiement par virement** : pas de paiement par virement instantané ni via un RIB virtuel
- **Paiement en plusieurs fois** : pas de paiement en plusieurs fois en CB ni via PayPal
- **Devis** : pas de système de devis



Les emballages alimentaires PACKEOS  
Toujours au meilleur prix !

Boîtes poignées blanches		Qté	
	Boîtes poignées blanches 10,5x10,5x10cm avec encoches, paquet de 50	6,49 € soit 0,1298 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 10x12x7 cm, paquet de 50	7,25 € soit 0,1450 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x10x4,5 cm, paquet de 50	8,09 € soit 0,1618 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x18x10cm avec encoches, paquet de 50	8,11 € soit 0,1622 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x18x10cm avec encoches, paquet de 50	11,58 € soit 0,2316 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 18x16x7cm, paquet de 50	9,91 € soit 0,1982 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 22x18x10cm avec encoches, paquet de 50	11,58 € soit 0,2316 €/le Unité	<input type="text"/>
	Boîtes poignées blanches 20x18x7cm, paquet de 50	10,33 € soit 0,2066 €/le Unité	<input type="text"/>

# MERCI !

BESOIN D'UN AUDIT CRO?  
D'AMÉLIORER VOTRE CA?

Yves ATTIAS

[yves@yateo.com](mailto:yves@yateo.com)

+33 6 30 67 15 58



[www.yateo.com](http://www.yateo.com) | 33 rue Linné, 75005 Paris

# MERCI À NOS PARTENAIRES

**Global**e  
Smart Cross-Border™

klaviyo™

 mastercard.

 **payplug**

**SnapFeat.**

  
YATEO