

BRAINSTORMING JEUDI 2 DÉCEMBRE

Une étude qui confirme l'importance des vidéos sur Pinterest – Vidéos Scroll Stopper – Comment réduire au maximum les abandons de panier – Vos questions



Black Friday – analyse de vos performances sur Shopify

Accueil

Commandes 9 999+

Produits

Clients

Analyses de données

Marketing

Réductions

Applications

CANAUX DE VENTE

Boutique en ligne

Google

Pinterest

Inbox

50+ commandes à traiter

17 commandes risque élevé à vérifier

BFCM 2021

Le parcours de performance de votre boutique pendant le BFCM

Découvrez le Notebook du BFCM, un nouveau support pour comprendre la performance de votre boutique lors de cette saison promotionnelle. Découvrez les résultats de votre entreprise lors de ce BFCM, comparez ces résultats avec ceux de l'an dernier, et plongez-vous dans l'analyse d'autres indicateurs clés de performance qui retracent le parcours de votre boutique.

[Explorez vos données du BFCM](#) [En savoir plus](#)

Facebook brought the most traffic, and Instagram traffic converted the best.

Google and Facebook were your most consistent traffic, referring more than your other top sources in the most recent 30 days. Google and Facebook were your most consistent top new sales, bringing in the most revenue. Google and Facebook were your most consistent top new sales, bringing in the most revenue.

Of your new traffic, Google brought the most traffic, followed by Facebook. Pinterest was the lowest performing source.

67% of new sales leading to revenue.

Facebook by source

Cette carte est-elle utile ? Oui Non

BFCM 2021

Créé le 30 novembre 2021 par Shopify

**Vos ventes BFCM ont atteint 358 %
cette année, tandis que les ventes des
entreprises Shopify ont augmenté de
24 % de manière générale.**

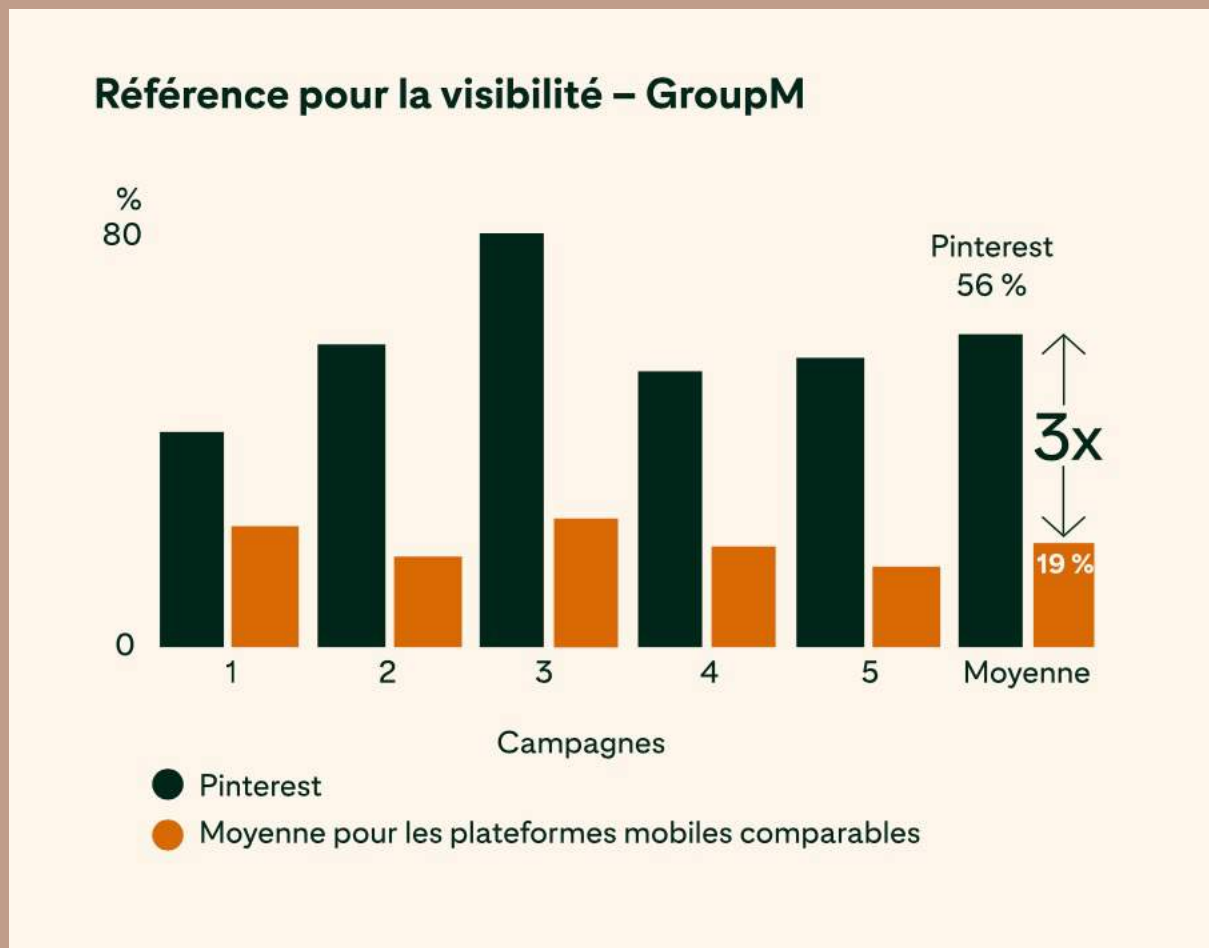
Un nouveau Black Friday Cyber Monday est passé. Tirer des enseignements des performances du BFCM et les comparer aux années précédentes permet de planifier l'année à venir efficacement.

L'IMPORTANCE DES VIDÉOS

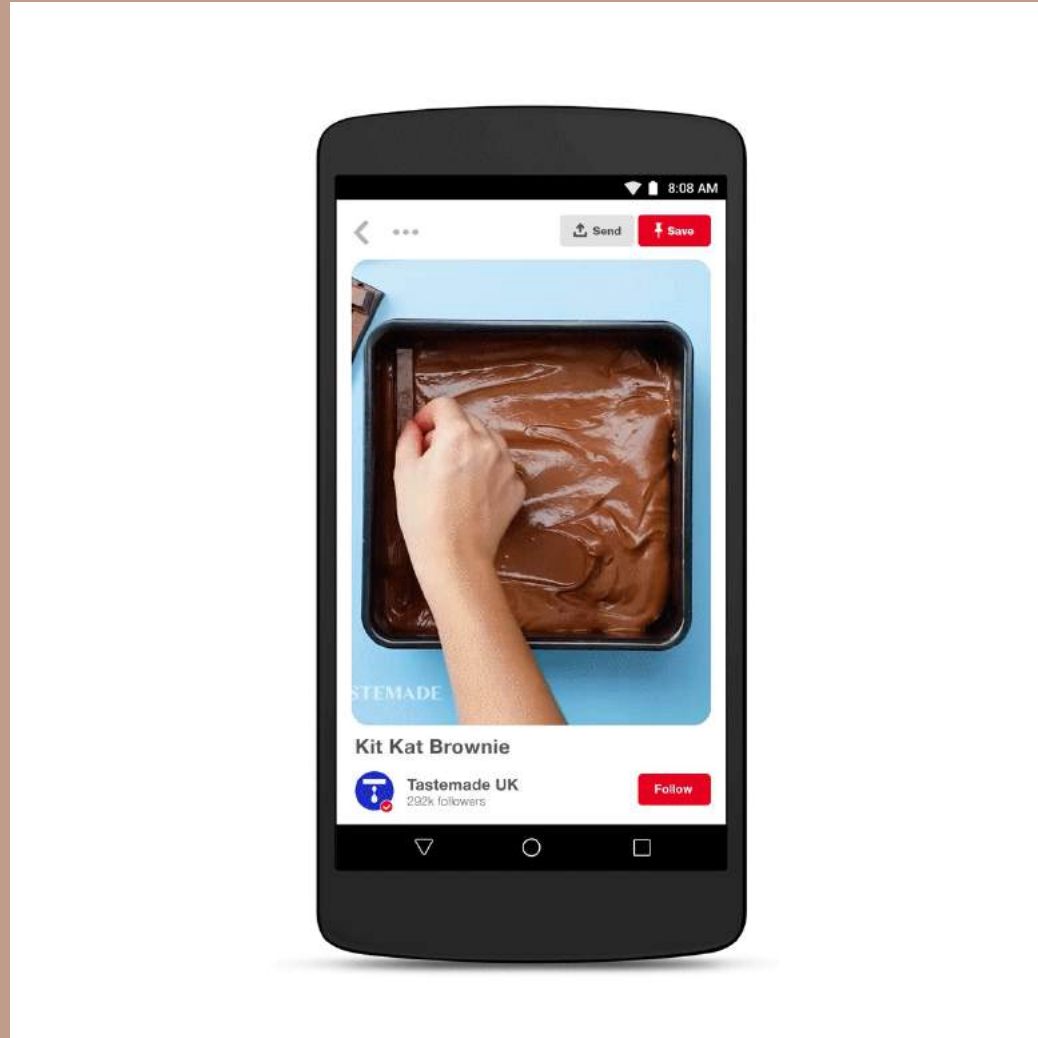
Sur Pinterest

- Les vidéos ont un taux de visualisation **3 fois supérieur** à celui des autres plateformes sociales et taux de complétion (regarder en entier une vidéo) **2 fois supérieur**
- Il y a **8 fois plus de vidéos** en 2021 que l'année 2020
- Le **reach est meilleur** : 82% des personnes ciblées par une campagne vidéo ont vu au moins une impression

Les annonces vidéos : une visibilité 3 fois supérieure par rapport aux autres médias sociaux



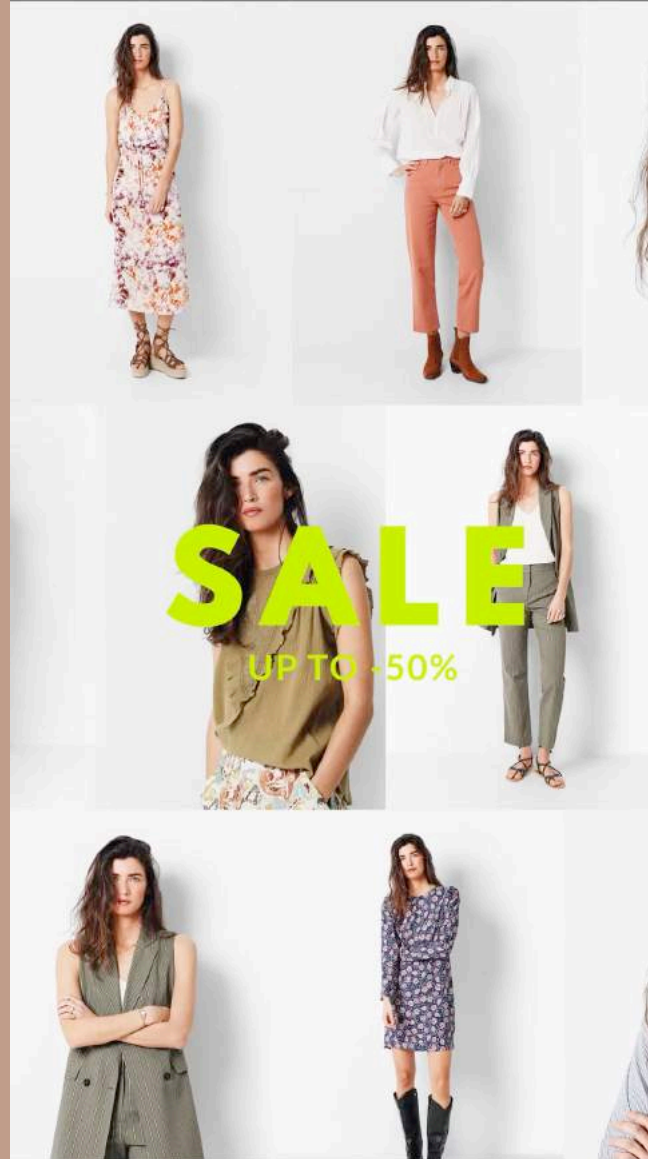
VIDÉOS SCROLL STOPPER



Les mouvements rapides

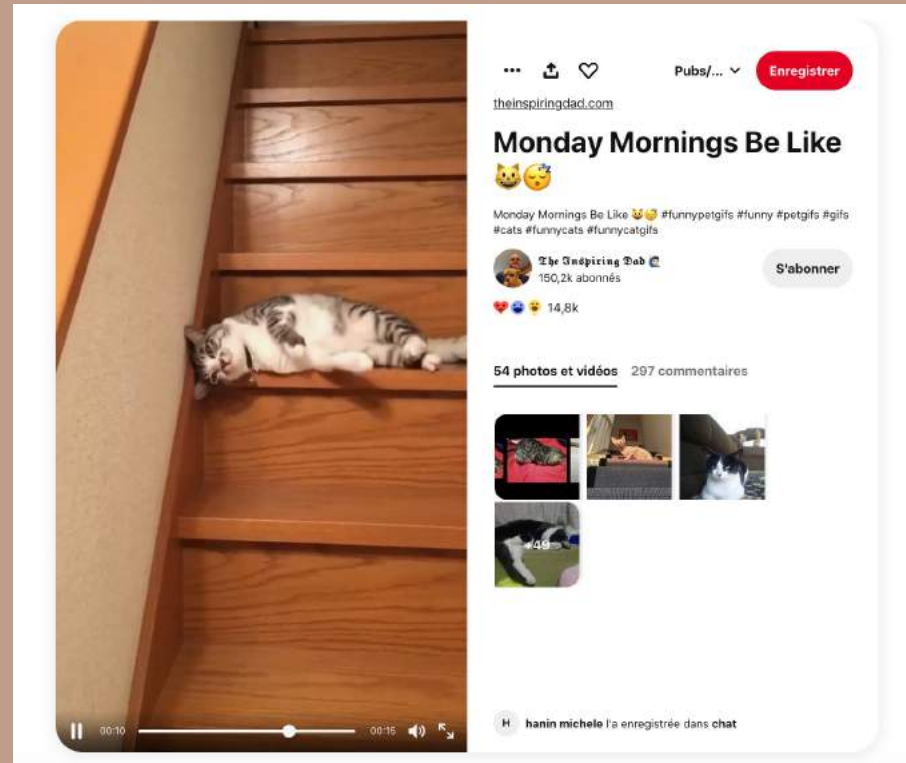


Les collages



*Donner l'occasion
aux gens de regarder
beaucoup de choses
en même temps
=> Ils s'attardent sur
la vidéo*

Les gifs



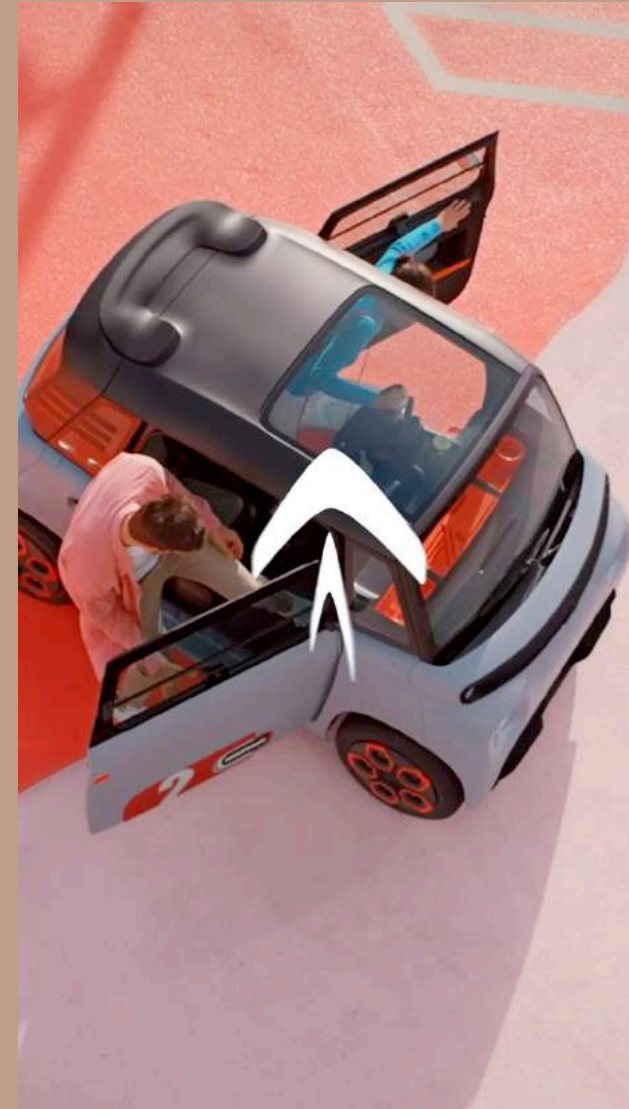
⇒ *On peut retargeter toutes les personnes qui ont vu ce gif*

Les gifs



L'ajout de texte dans l'image

4



ÉVITER AU MAXIMUM LES ABANDONS DE PANIER



Abandon de panier en règle
général :

75,8% en France tous secteurs
confondus et sur mobile supérieur à
80%

3 personnes sur 4 abandonnent
leur panier sans payer.

Le coût de la livraison



- Une étude Forrester Research révèle que **40% des internautes qui abandonnent leur panier** le font, car les frais de livraison ne sont pas offerts.
- D'autres études ont montré que les internautes dépensés en moyenne 30% de plus lorsque les frais de livraison étaient offerts.
- Les consommateurs déclarent aussi qu'ils **préfèrent une livraison gratuite à une livraison accélérée**. Et dans la plupart des cas, le client choisit le mode d'expédition le moins coûteux, quitte à attendre plus longtemps pour recevoir son produit.
- Le mot GRATUIT a un effet positif sur le comportement d'achat, plus que le mot Offert

Éviter les surprises au bout du tunnel d'achat



- Le mot d'ordre est la **transparence**.
- Les **frais de livraison** ou autres **taxes** doivent être indiqués le plus tôt possible dans le tunnel de commande. Pareil pour les délais de livraison et les **conditions de validité d'un code promotionnel**.

Simplifier le tunnel



- Eviter la **création de compte** pour pouvoir régler ses achats
- Favoriser le **one page payment** quand c'est possible (Shopwin, checkify)

Instaurer la confiance au moment du paiement



- **Badges** de confiance
- **Témoignages** utilisateurs
- Informations sur les **retours**
- Moyens de **vous contacter**

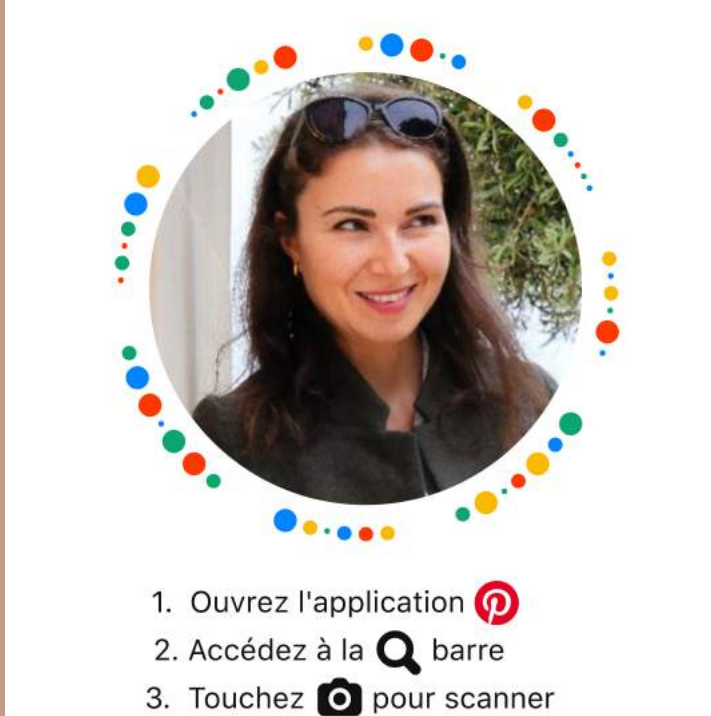
SMS et mails pour relancer les achats






- Pour 61 % des consommateurs français, **recevoir une offre promotionnelle** (réductions, coupons) les inciterait à aller jusqu'au bout de leur achat
- Un **CTA (call-to-action)** permet de retrouver facilement l'intégralité du panier sans avoir à effectuer de nouvelles manipulations sur le site
- **90% des SMS** sont lus dans les 3 minutes !

SUIVEZ-MOI SUR PINTEREST

J'y partage d'autres astuces en continu : abonnez-vous 😊



1. Ouvrez l'application 
2. Accédez à la  barre
3. Touchez  pour scanner