

De l'importance des photos dans votre contenu e-commerce

Académie de la croissance V1 / Séance 3

« Une image vaut 1000 mots »

Les études en psychologie cognitive montrent, en effet, que 3 jours après avoir entendu une information, seuls **10 %** du contenu persiste en mémoire. A contrario, si une **photo** cohérente accompagne l'information texte, environ **65 %** du contenu de l'information pourra être restitué 3 jours plus tard !

« La conception et le contenu visuel constituent le plus grand défi pour 23,7 % des spécialistes du marketing de contenu » (Source : Adam Enfroy).

« Les articles comportant une image tous les 75 à 100 mots reçoivent le double de partages sur les réseaux sociaux que les articles avec moins d'images » (Source : Buzzsumo).



La photo



- ✓ transmet facilement les informations ;
- ✓ aide à établir la confiance avec vos clients ;
- ✓ rend votre site Web plus attrayant ;
- ✓ aide à développer votre marque ;
- ✓ et augmente les conversions.

Source : apprendre-la-photo.fr

Les 10 commandements pour des photos qui font vendre...

1. Ayez vos propres photos
2. Ne négligez pas la définition d'une photo / rien de pire qu'une photo floue
3. Utilisez des photos fidèles aux produits commercialisés
4. Permettre l'affichage de la photo en grand
5. Pensez à l'affichage sur mobile
6. Affichez des vues diversifiées (gros plans, vues d'ensemble, 360 degrés ...)
7. Proposez différentes visions de vos produits
8. Optimisez le chargement des photos
9. Travaillez la qualité d'une photo (éclairage, cadrage, mise en scène, ...)
10. Susciter les photos des utilisateurs

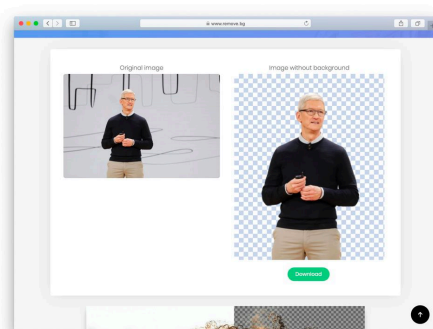
Quelques astuces pour obtenir des jolies images



Les banques d'images



Formation photo



Application « IA »



Photographe pro



Mini studio

La data, « Pétrole » du 21ème siècle

Académie de la croissance V1 / Séance 3

Un internaute sème de la data stratégique pour les e-commerçants

- La data stratégique peut-être :

Google Trends



Institut national de la statistique
et des études économiques

Mesurer pour comprendre

...

DONNES STRATEGIQUES EXTERNES



DONNES STRATEGIQUES INTERNES



De la bonne utilisation de la data pour un e-commerçant

- ▶ La data collectée va vous permettre d'affiner grandement votre commercialisation :
 - ▶ Présentations prioritaires des produits demandés par le marché (Home page, promotion, ...)
 - ▶ Présentation prioritaire des offres selon les attentes de l'internaute (personnalisation du sort-order)
 - ▶ Commercialisation plus fine et plus personnalisée (Retargeting)
 - ▶ Connaissance du client, de son budget, de ses achats antérieurs, de ses attentes, ... => CRM (Customer relation management)
 - ▶ Affiner vos stocks, connaître les tendances, prévoir les futurs produits, ...
 - ▶ Connaître le retour de vos clients, l'appréciation de vos produits/services,
 - ▶ ...
- ▶ ATTENTION A LA GESTION DES DONNEES => RGPD
 - ▶ Mise en place de règles pour protéger les données personnelles récoltées (cartographie des traitements, nomination d'un DPO, information en cas de fuite, ...)

Les outils pour utiliser la data

Il faut distinguer plusieurs types d'outils :

- ▶ Outils de récupération de la donnée (Tracking) :
 - ▶ Google Analytics pour récupérer des infos sur la navigation de vos clients.
 - ▶ Système de tracking des réseaux sociaux
 - ▶ Des liens trackés pour cibler la provenance de votre internaute
 - ▶ Votre CMS qui édite votre site web qui doit être lié à votre outil CRM
 - ▶ La création d'un compte pour votre internaute
 - ▶ ...

- ▶ Outils d'analyse de la données :
 - ▶ CRM : ces outils vont vous permettre de tout savoir sur vos clients
 - ▶ DXP : Data Experience Platform : cet outil va vous permettre de croiser de nombreuses données sur vos clients pour personnaliser leur expérience sur votre site web
 - ▶ DMP : Data Management Platform qui concilient des données clients et prospects avec des données comportementales issues de sources en ligne.
 - ▶ Sinon, un bon vieux Excel avec une base de données ;)