

Comment augmenter le panier moyen sur votre site ?

Si vous cherchez une solution qui allie qualité et rentabilité, le cross-selling devrait vous intéresser. En phase avec les attentes de vos clients, il s'appuie sur des recommandations personnalisées pour améliorer leur expérience.

Retrouvez ci-dessous tout ce que vous devez savoir sur le cross-selling en e-commerce.

Qu'est ce que le Cross-Selling en e-commerce ?

Le cross-selling, ou vente croisée, est une pratique commerciale visant à augmenter le panier moyen.

Elle consiste à proposer l'achat d'un produit complémentaire à celui déjà choisi.

Dans le secteur du e-commerce, le cross-selling est souvent automatisé. La suggestion se fait au moment de la mise en panier, ou même après la vente. Si l'internaute est intéressé, il n'a plus qu'à ajouter ce nouvel article en un clic.

Il peut s'agir d'un lot du même produit, ou d'un produit associé, déterminé grâce à un algorithme de recommandation personnel.

Pourquoi miser sur le Cross-Selling ?

Up-selling, cross-merchandising... Le cross-selling n'est pas la seule technique utilisée en vente.

Toutefois, il présente des avantages solides en e-commerce, car :

- Il améliore la rentabilité du site
- Il participe à la fidélisation du client
- Il permet de se démarquer de la concurrence

Bien conçue, une stratégie de *cross-selling* permet d'augmenter significativement le montant du panier moyen, et donc de manière directe votre chiffre d'affaires.

Mettre en place une stratégie de Cross-Selling

La satisfaction client est au cœur d'une stratégie cross-selling.

Pour cela, il est nécessaire de bien cerner les attentes et les problématiques de votre audience.

La segmentation de votre clientèle peut vous fournir des renseignements précieux. Cette opération s'effectue en fonction de différents critères : comportement, données sociodémographiques...

Vous pouvez ensuite vous appuyer sur votre business plan pour déterminer les produits à lui proposer.

De là, découlera votre stratégie marketing, à appliquer ensuite sur tout votre site. Enfin, l'installation d'outils dédiés vous permettra de piloter et d'évaluer vos différentes opérations.

« La mise en place du cross-selling sur un site e-commerce passe par une phase de réflexion afin de bien analyser les besoins des clients potentiels. »

4 exemples de stratégies Cross-Selling en e-commerce

Plusieurs méthodes de cross-selling cohabitent pour faire aboutir le processus d'achat. En voici quatre, fréquemment utilisées par les boutiques en ligne :

1. Favoriser l'achat groupé
2. Mettre en scène une gamme complète, plutôt qu'un seul produit
3. Associer des produits de façon naturelle
4. Proposer des produits complémentaires : accessoires, échantillons...

La démarche de cross-selling doit être la plus pertinente possible et anticiper les besoins éventuels de l'internaute.

Le bundle produit : une autre approche du Cross Selling

Proche du cross-selling et de l'up-selling, le bundle fait office de troisième voie. Il s'agit de proposer au client un package comprenant :

- Le produit qui intéresse celui-ci
- Des accessoires complémentaires
- Des produits associés

Afin de rendre cette proposition attractive, son prix est généralement inférieur à la somme des prix de chaque produit.

Le bundle offre une nouvelle opportunité d'augmenter le panier moyen tout en améliorant l'expérience de l'internaute sur le site.

Élaborer votre stratégie Cross Selling e-commerce

L'équipe de l'agence digitale Expertisme se tient à l'écoute de tous vos projets en e-commerce (PrestaShop, WooCommerce et Shopify). Forts de notre expérience en marketing digital, nous vous proposons un large choix de prestations pour votre entreprise :

- Création de sites e-commerce
- Développement de Chatbot pour boutique en ligne
- Rédaction de contenus optimisés pour le SEO
- Formation sur le référencement naturel en e-commerce

L'avis de l'expert Ecommerce



Le cross-selling offre des opportunités intéressantes pour fidéliser son audience tout en augmentant de manière significative son chiffre d'affaires.

Vous possédez un site e-commerce (PrestaShop, Shopify ou Wocommerce) ?

Vous souhaitez optimiser votre panier moyen en mettant en place une stratégie e-commerce ?

Contactez-nous pour obtenir un rendez-vous avec l'un de nos Experts.