

Le taux d'abandon des paniers est un problème récurrent en e-commerce.

Si les causes en sont connues, elles paraissent difficiles à contourner. Comment diminuer les paniers abandonnés ?

Voici un rapide tour d'horizon des astuces à connaître.

Comment diminuer le taux d'abandon des paniers en e-commerce ?

63 % en 2010, 75 % en 2015 : le taux d'abandon des paniers ne cesse d'augmenter.

Les études annuelles réalisées par le Baymard Institute sur cette question soulignent cette tendance.

Les facteurs qui amènent un internaute à quitter le site sans effectuer d'achats sont pourtant connus. Fatalité ? Pas forcément. Le calcul du taux d'abandon doit aussi prendre en compte l'évolution des usages des consommateurs. Ainsi, certains utilisent le panier comme wishlist, en attendant d'être conseillés en magasin.

Au-delà de cet aspect, plusieurs astuces permettent de diminuer le nombre de paniers abandonnés, et ce, dès la création de votre site e-commerce.

Pourquoi un panier est-il abandonné ?

Avant de chercher à améliorer le taux d'abandon, il faut en **comprendre les raisons**. Parmi les plus fréquentes, citées par les consommateurs, on trouve :

- Des frais de livraison trop élevés
- De délais de livraison trop longs
- Un processus de commande trop compliqué
- L'impossibilité de connaître le montant total en avance

Des soucis de bugs sur le site ou des moyens de paiement trop limités peuvent également faire échouer le processus d'achat.

Une analyse des statistiques de fréquentation de votre site par Google Analytics, Matomo (ou toute autre solution de Webanalytics) couplé à un audit de votre site, permet de comprendre les points de blocages.

Choisir le meilleur CMS e-commerce possible

La réussite d'une entreprise débute donc dès la **création de son site e-commerce**.

Il est impératif de choisir un CMS adapté à vos besoins.

En e-commerce, des plateformes comme Shopify, PrestaShop et WooCommerce s'imposent comme des références.

Chacune dispose d'une bibliothèque de modules permettant de personnaliser votre site.

En fonction de votre secteur d'activité, un CMS sera sans doute plus adapté qu'un autre. Par exemple, PrestaShop Addons propose des thèmes spécifiques pour la vente de bijoux.

« Le choix du CMS est essentiel au bon fonctionnement d'une boutique en ligne, car c'est sur lui que repose tout l'aspect technique. »

Soigner le processus de Checkout

L'optimisation de l'expérience d'achat en e-commerce passe par la mise en place d'un tunnel de vente réfléchi. Cela implique :

- De la **transparence sur les frais de livraison**
- D'éviter que vos visiteurs retournent sur Google à la recherche d'un concurrent
- De mettre en place une liste de favoris

Un checkout trop complexe, dont le tunnel de conversion nécessite trop d'interactions par l'internaute, augmente les risques de déperdition entre l'entrée au checkout et la finalisation du paiement.

Un checkout optimisé en 1 page permet de réduire cette déperdition. Des solutions d'optimisation par des modules complémentaires existent sur chaque solution e-commerce.

Un checkout clair et fluide participe directement à la validation d'un panier. Si une étape est négligée, l'internaute risque d'abandonner le panier rapidement.

Penser au Remarketing

Est-ce qu'un client qui a abandonné un panier est perdu ?

Non, pas forcément. Le Remarketing est un processus de **reciblage publicitaire** qui s'adresse aux personnes ayant déjà visité votre site e-commerce.

Il peut prendre la forme :

- D'un **Remarketing standard**, avec des annonces non-personnalisées
- D'un **Remarketing dynamique**, plus ciblé
- D'un **Remarketing e-mail**, pour relancer vos clients potentiels

Les plateformes publicitaires comme Google Ads et Facebook / Instagram Ads, proposent des fonctionnalités de remarketing. L'utilisation du Pixel de mesure de ces solutions permettent de recibler l'internaute venu sur votre site.

Les CMS e-commerce comme Shopify, PrestaShop ou WooCommerce proposent des modules et des addons dédié au relances de paniers abandonnés.

Intégrer un processus de remarketing peut vous permettre d'améliorer votre taux de conversion et d'optimiser votre budget publicitaire.

Créer un site e-commerce performant avec Expertisme

Agence de communication Digitale Full Service, Expertisme possède une solide expérience en matière d'e-commerce.

Nos équipes sont disponibles pour vous accompagner dans :

- La création de sites e-commerce personnalisés
- La définition de votre stratégie digitale
- La mise en place de tests A/B

L'Avis de l'Expert en e-commerce



Le taux d'abandon des paniers est une donnée importante en e-commerce.

Il faut donc veiller à bien paramétrer le site et installer les extensions nécessaires (qu'il s'agisse des plugins WooCommerce, du Shopify App Store ou du PrestaShop Addons) afin de limiter ce risque.

Un audit préalable avant de modifier les paramètres de votre site e-commerce est indispensable.

La configuration et la mise en place de campagnes de Remarketing, par Google, Facebook/Instagram ou e-mailing peut être efficace pour relancer un client qui n'a pas finalisé son acte d'achat en lui rappelant les produits visités.

N'hésitez pas à nous contacter pour la création, la refonte ou l'optimisation de votre boutique en ligne !