



jules.fr

optimisation du taux de conversion

le client > Jules, marque internationale de mode masculine de grande diffusion

le site > Vente en ligne de vêtements

le défi > Augmenter le taux de conversion

Démarche & actions

La mission démarre par une campagne de test A/B sur les visuels produits. Deux types de shoots photos sont réalisés sur l'ensemble des chemises proposées sur le site. Le premier présente les produits à plat avec un léger effet de volume pour magnifier le produit et le rendre plus vivant, une lumière optimisée, une ombre légère accentuant le relief et un fond coloré. Le second présente les produits portés sur un mannequin avec une attitude permettant d'affirmer le style de la marque, la photo est cadrée pour ne pas montrer le visage. Les deux versions de tests présentent des photos additionnelles. Pendant 4 semaines, les trois versions sont mises en compétition toutes choses étant égales par ailleurs.



Version originale



Version à plat magnifiée



Version portée

Résultats

+67%

La version à plat magnifiée présente une amélioration de près de 44 % de la conversion.

La version portée présente un uplift quasi-identique pour le taux de conversion, mais se démarque sur le montant moyen des commandes. En prenant en compte les deux indicateurs, on observe un gain de plus de 67 % de la valeur des visiteurs ayant été confrontés à des visuels produits portés.

Enseignements

1/ Les images valent plus que des mots

La perception du produit est un élément clé de la transformation pour un site e-commerce textile.

En apportant plus de soin dans la réalisation des shoots photos, le site propose une perception du produit plus proche de l'expérience magasin. Le produit est ainsi mieux valorisé et les multiples vues permettent de lever les éventuels doutes de l'internaute quant à la qualité ou aux détails du produit. L'impact de séduction est renforcé.

2/ Achat d'art & R.O.I.

L'investissement supplémentaire en achat d'art porte immédiatement ses fruits et est largement compensé par les uplifts générés (sans compter l'effet positif sur l'image de marque).

Envie d'échanger sur ce cas, sur l'optim° ou sur votre projet ?

+33 3 28 330 830

optim@altima.fr

www.altima.fr

altima°
Interactive Ideas