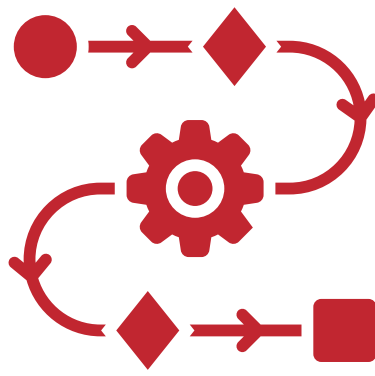




SUIVI ET OPTIMISATION DU PROCESSUS DE VENTE EN E-COMMERCE

Optimiser l'Entonnoir de Conversion

- **Définition Clé :** L'entonnoir de conversion (ou tunnel de conversion) représente les étapes par lesquelles un internaute passe pour devenir un client. L'objectif est d'optimiser ce parcours pour encourager l'achat.

Étapes de l'entonnoir de conversion	Objectifs pour l'entreprise	Exemples
Découverte	Attirer la cible sur le site et capter son attention	Opération promotionnelle
Évaluation	Permettre à l'internaute de comprendre l'offre proposée	Démonstration de produit
Décision	Inciter le visiteur à passer commande, le convaincre	Témoignage, comparatif produits, réduction
Fidélisation	Fidéliser le client	Carte de fidélité, bon d'achat

Optimiser le Tunnel d'Achat

- **Point Clé :** Le tunnel d'achat est le chemin suivi par l'internaute depuis le clic sur "commander" jusqu'à la confirmation de sa commande. Un tunnel mal optimisé entraîne un fort taux d'abandon de panier (jusqu'à 70% à 80%).
- **Objectif Principal :** Réduire le nombre d'étapes d'achat et simplifier la navigation jusqu'au paiement.

Les Indicateurs Clés de Suivi du Processus de Vente

- **Importance :** Mesurer le comportement des acheteurs dans le tunnel de conversion est crucial pour le succès.
- **Principaux Indicateurs à Suivre :**
 - Le nombre de conversions (nombre d'achats)
 - Le taux de conversion
 - Le nombre d'abandons en cours de commande (abandon de panier)
 - Le nombre de commandes réalisées
 - Le nombre de visiteurs qui ont acheté