

## Table des matières

<a href="#">1</a>	<a href="#">Une description opérante</a>	<a href="#">2</a>
<a href="#">2</a>	<a href="#">Des images influentes</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">3</a>	<a href="#">Des informations adéquates</a>	<a href="#">4</a>

## Introduction

Une fiche article contient **la description détaillée** de chaque article de votre catalogue. C'est le **répertoire central des informations** concernant les articles de votre site e-commerce.

Ces données peuvent être réparties en deux catégories distinctes : les **données descriptives** (exemple : désignation, taille...etc.) et les **données de gestion** utilisées par le système, lorsque des mouvements de stocks sont enregistrés par exemple.

Cette fiche article a pour vocation de remplacer le vendeur d'un point de vente dit traditionnel : elle permet à l'internaute de choisir si sa visite va se transformer en commande ou non.

## 1 Une description opérante

L'apport de contenus textuels sur vos fiches articles est inévitable.

En effet, ces contenus doivent être obligatoirement présents pour deux raisons essentielles :

- **Décrire les produits et/ou services** de la manière la plus complète possible. Les visiteurs doivent être informés des **caractéristiques détaillées** de chaque article.

Exemple : Pour un écran plasma, vous pouvez y indiquer son poids, sa taille, son degré de rafraîchissement, sa résolution, son format d'image...

**Cette description est d'autant plus importante si vous utilisez la fonction de comparateur d'articles.**

- **Vendre les produits et/ou services** proposés. Le contenu textuel d'une fiche article ne doit pas être uniquement descriptif : il doit apporter une réelle valeur ajoutée au produit aux yeux de vos visiteurs.

Exemple : Pour le même écran plasma,  
« Ce téléviseur à écran plasma est exceptionnel pour le visionnage de films, d'événements sportifs ou encore pour jouer à vos jeux préférés avec toute la brillance et toute la clarté de la haute définition. »

**N'hésitez pas, en plus de cela, à proposer des articles complémentaires ou de gammes supérieures pour inciter l'acheteur à faire croître le montant de son panier.**

**Conseillez également vos visiteurs pour rendre vos produits plus attractifs (exemple : pour un produit alimentaire, vous pouvez ajouter un lien vers une idée de recette...)**

## 2 Des images influentes

Illustrer vos produits par des photos est prédominant.

Ces images sont les premiers éléments que les internautes voient lorsqu'ils se rendent dans une gamme de produits : il est donc très important de maîtriser leur utilisation.

La **mise en situation** de vos articles sur ces photos est primordiale. Elle varie en fonction de leur nature :

- Si vous vendez des vêtements, il est préférable d'utiliser des clichés pris sur des mannequins.
- Si vous vendez de la décoration, utilisez la mise en situation (exemple : un luminaire design dans un salon...)
- Si vous vendez des produits techniques, optez plutôt pour des clichés sur fond blanc.

Mettez toutes ces images en avant, et proposez des visuels de grandes tailles pour les produits haut de gamme.

Pour cela, vous pouvez **retravailler vos photos** avant même de les importer, pour les rendre encore plus esthétiques.

**Attention, n'oubliez pas de vérifier leur poids pour éviter que les illustrations de trop haute résolution ralentissent l'affichage de vos pages, jusqu'à en faire abandonner vos visiteurs.**

Proposez plusieurs angles de vue de vos articles pour en offrir une vision globale que les acheteurs en ligne apprécient. Vous avez également la possibilité d'intégrer une vue en 3D pour vos produits. Pour cela, faites appel à une des nombreuses sociétés spécialisées dans ce domaine.

## 3 Des informations adéquates

Une fois que votre description est composée d'arguments commerciaux indémontables et de visuels accrocheurs, il ne vous reste plus qu'à peaufiner la **mise en page**, c'est-à-dire la disposition des différents éléments de votre fiche article sur la page.

Tout d'abord, afin de simplifier la lecture à vos lecteurs, nous vous conseillons vivement de **ne pas faire varier cette mise en page**. Utiliser plutôt la même pour toutes vos fiches articles. En effet, cette cohérence d'ensemble est préférable pour **éviter la confusion chez les internautes**.

Ensuite, n'oubliez pas de **mettre en avant les différents boutons d'action** tels que « comparer » ou encore « ajouter au panier ». Pour cela, placez les en haut de page et/ou remplacez les par des images.

Faites la même chose pour les prix : proposer le meilleur prix est une bonne chose, à condition de faire en sorte que les visiteurs le remarquent.

Mettez donc les prix en promotion en couleur vive (exemple : le rouge) et complétez les par une illustration « PROMOTION ».

**Pour finir, pensez à rajouter les éléments qui ont pour finalité de rassurer vos acheteurs (exemple : facilité de paiement).**