

Table des matières

Introduction.....	1
1. La vision des internautes sur les images produits.....	2
2. Point de vue des internautes.....	2
3. Point de vue des e-commerçants.....	3
4. 8 conseils pour séduire visuellement.....	3

Introduction

Au premier abord, sur un site e-commerce comme sur tout autre support, le rôle premier des images semble être d'illustrer et de représenter de manière concrète le contenu textuel.

Sur un site marchand et en particulier sur les pages produits, les photographies occupent une place très importante et sont un facteur clé de passage à l'acte d'achat pour les consommateurs en ligne. Vos visuels articles doivent ainsi permettre, dans un premier temps, de susciter l'intérêt de vos visiteurs, puis dans un second temps, de les séduire pour les retenir sur votre site. La finalité : réduire la déperdition de votre trafic Web et booster votre taux de conversion !

Découvrez les exigences des internautes en termes de visuels produits, et si ce n'est pas déjà fait, adoptez les bonnes pratiques en conséquence...

1. La vision des internautes sur les images produits

Très peu d'internautes achètent un produit en ligne sans l'avoir vu au préalable. A contrario, la plupart se décident à passer à l'acte après avoir vu des photos mettant en valeur le produit qui les intéresse.

De plus, la complémentarité visuel/texte est aussi un facteur important de décision, vos visuels produits doivent illustrer parfaitement le contenu descriptif de chacun de vos articles. La valorisation de vos produits par l'image prendra alors tout son sens.

De votre côté, e-marchands, vous avez été nombreux à constater les bénéfices juste après avoir adopté des visuels produits de qualité, répondant aux attentes des internautes.

2. Point de vue des internautes

PackshotCreator, leader des solutions de création de visuels et d'animations de produits pour l'e-commerce et le marketing, a réalisé une étude qui met en lumière d'une part les exigences et préférences des e-acheteurs en termes de visuels, et d'autre part, les pratiques courantes des e-commerçants à ce sujet. Voici les résultats de cette enquête :

55,64 % des internautes préfèrent voir un produit en ligne avec une animation 360° ou 3D avec zoom. 30,83 % préfèrent les photos multi-angles

Ces internautes achètent plutôt depuis un ordinateur à 96 %, 30 % d'entre eux utilisent également les tablettes et 28 % les smartphones.

Les informations qui les incitent à mettre un article au panier :

- 1 – Les photos mettant en valeur le produit
- 2 – La description du produit et les détails
- 3 – Les commentaires en ligne
- 4 – Des animations 360° ou 3D du produit
- 5 – Une vidéo de démonstration du produit

Les informations qui les dissuadent d'acheter :

- 1 – L'absence de visuel
- 2 – Le manque d'informations détaillées sur le produit
- 3 – Des photos des produits de mauvaise qualité
- 4 – Des modes de livraison inadaptés
- 5 – L'impossibilité de voir les détails du produit, de l'agrandir, de le voir sous plusieurs angles.

Les + des visuels produits :

- 1 - Une source d'informations indispensable
- 2 - Une meilleure compréhension du fonctionnement et de la qualité du produit
- 3 - Une preuve de sérieux de l'e-commerçant
- 4 - Une navigation et une expérience plus agréable

3. Point de vue des e-commerçants

72,57 % des e-commerçants mettent en ligne des photos pour illustrer les produits. 43,36 % publient une animation 360° ou 3D. 32,74 % mettent des photos multi-angles et enfin, 25,66 % fournissent un zoom.

65,77 % des e-commerçants interrogés réalisent des visuels compatibles avec les tablettes et smartphones.

Pour un e-commerçant, un bon visuel est un visuel beau et esthétique mettant en valeur le produit. C'est aussi un visuel permettant de montrer un maximum de détails (multi-angles, 360°, zoom...). Un bon visuel est également un visuel explicite qui augmente les conversions et les ventes.

Les bénéfices obtenus grâce à de bons visuels :

- 54 % ont augmenté les ventes des produits concernés
- 53 % ont mesuré une augmentation du temps passé par les visiteurs sur les pages produits
- 38 % ont bénéficié d'une baisse des retours des produits concernés
- 24 % ont mesuré une hausse de plus de 10 % du nombre de pages vues

4. 8 conseils pour séduire visuellement

Sur une boutique en ligne, le visuel a une importance capitale, en effet, la première chose que l'on voit d'un produit c'est sa photo. Il est ainsi primordial de bien soigner vos visuels articles.

A partir des enseignements de l'étude *PackshotCreator*, en découle naturellement un certain nombre de bonnes pratiques visuelles à mettre en place pour optimiser au maximum votre taux de conversion !

1 - Proposez plusieurs vues pour un même produit. Le fait de pouvoir visualiser le produit sous tous ses angles et à travers différentes photos est un gage de professionnalisme pour vos visiteurs. Cela les rassurera et les confortera peu à peu à acheter sur votre site.

2 - La quantité oui, mais pas au détriment de la qualité. Un image floue ou pas assez représentative dissuadera à l'inverse vos visiteurs de vous faire confiance.

FAIRE BONNE IMPRESSION AVEC SON SITE INTERNET

L'importance des images sur votre site

3 - Donnez la possibilité aux internautes de zoomer sur les détails de vos images produits. Preuve de pertinence, le zoom et autres animations 3D par exemple, sont aujourd'hui encore peu utilisés par les e-commerçants et représentent ainsi un avantage concurrentiel fort pour déclencher l'acte d'achat chez vos clients.

4 - Rédigez des légendes sous vos images produits. Si certains de vos visiteurs peuvent se décourager à lire un descriptif produit qui leur paraîtrait trop long voir inutile, ils ne passeront en revanche pas à côté d'une petite phrase courte sous vos photos.

5 - Favorisez un descriptif produit détaillé et en parfaite complémentarité avec les visuels qui l'illustrent. Vous limiterez alors le nombre de retours produits et de clients mécontents.

6 - Évitez au possible de choisir comme photos d'illustration des produits qui ne seraient pas exactement les mêmes que ceux que vos clients découvriront en ouvrant leurs colis. On oublie ainsi les mentions du type « Photo non contractuelle » sous vos images.

7 - Choisissez un fond de couleur qui va valoriser vos articles. Même si la norme est au fond blanc car il permet un meilleur contraste et une meilleure mise en valeur des produits, vous pouvez vous essayer à d'autres fonds pour vos images, à condition de maîtriser les techniques de webdesign, de détourage, etc.

8 - Enfin, optimisez le poids de vos images pour ne pas ralentir le temps d'affichage de vos pages produits. Privilégiez le format JPEG pour vos photographies simples, le format GIF pour vos images animées, et le format PNG pour jouer sur des effets de transparence.

Dernier conseil clé : n'attendez plus pour optimiser vos fiches produits et accélérer vos ventes

Étude réalisée en Europe du 15 au 30 octobre 2013 auprès 149 internautes et 137 utilisateurs de solution PackshotCreator qui réalisent eux-mêmes leurs visuels produits pour leur site e-commerce