

**SHOP**

**Ventes e-commerce**

**10 questions pour identifier  
vos points fort et vos angles  
morts**





# I. Vos objectifs e-commerce sont-ils clairs, chiffrés et partagés en interne ?



## Définition des objectifs

Avez-vous défini des cibles de chiffre d'affaires, de taux de conversion, de panier moyen ?



## Partage en interne

Votre équipe connaît-elle les objectifs à atteindre et les indicateurs clés de performance ?



## Suivi régulier

Disposez-vous d'un tableau de bord pour suivre l'évolution de vos performances ?



## 2. Connaissez-vous précisément votre client idéal ?

Avez-vous formalisé vos personas (besoins, freins, comportements d'achat) ?



### **Profil démographique**

Âge, sexe, localisation, profession, revenus



### **Comportements d'achat**

Fréquence, montant, canaux préférés



### **Motivations et freins**

Besoins, attentes, objections courantes

# 3. Suivez-vous vos indicateurs e-commerce en continu ?

Taux de conversion, abandon panier, lifetime value, fréquence d'achat... sont-ils monitorés ?



## Taux de conversion

Pourcentage de visiteurs qui effectuent un achat



## Panier moyen

Valeur moyenne des commandes



## Taux d'abandon panier

Pourcentage de paniers non finalisés



## Lifetime Value

Valeur totale générée par un client





A cartoon bear is sitting at a desk, leaning over a computer monitor. The bear is holding a blue pen in its right hand. On the desk, there are two potted plants with large green leaves. The background is light blue with various floating icons: a colorful circular chart, a yellow paper airplane, a yellow letter 'T', a yellow paintbrush, and a yellow notepad with a pencil. The computer monitor displays a blue screen with a white bear head icon. To the right of the monitor, there is a yellow smartphone with a white screen. The overall scene is bright and cheerful, representing a user-friendly website experience.

## 4. Votre site offre-t-il une expérience fluide et rassurante ?

Navigation, ergonomie, mobile, sécurité, réassurance : le parcours client est-il sans friction ?

- **Recherche**

Navigation intuitive et recherche efficace

- **Panier**

Processus d'achat simplifié

- **Produit**

Fiches détaillées et convaincantes

- **Paieement**

Options variées et sécurisées

# 5. Disposez-vous des fonctionnalités e-commerce indispensables ?

Moteur de recherche interne, filtres, tri, avis clients (UGC), comparateurs, suggestions ?

1

## Recherche et filtrage

Moteur de recherche performant avec auto-complétion et filtres pertinents

2

## Avis et témoignages

Système de collecte et d'affichage d'avis clients vérifiés

3

## Recommandations

Suggestions de produits complémentaires ou similaires






4

## Comparaison

Outils permettant de comparer facilement plusieurs produits

## 6. Votre SEO vous permet-il d'attirer un trafic qualifié sur vos pages produits ?

**Les fiches produits sont-elles bien rédigées, structurées et optimisées ?**

-  Titres optimisés avec mots-clés pertinents
-  Descriptions détaillées et uniques pour chaque produit
-  Balises meta personnalisées et incitatives
-  Structure HTML avec balisage schema.org
-  URLs optimisées et breadcrumbs fonctionnels



# 7. Vos campagnes payantes (SEA, display) sont-elles bien ciblées et pilotées ?

Utilisez-vous des campagnes produit, Google Shopping, retargeting dynamique ?



## **SEA**

Campagnes Google Ads ciblées par intention de recherche



## **Shopping**

Campagnes produits avec visuels et prix



## **Display**

Bannières ciblées par centres d'intérêt



## **Retargeting**

Reciblage des visiteurs n'ayant pas converti



## 8. Exploitez-vous les réseaux sociaux pour soutenir vos ventes ?

Lien entre votre site et vos comptes sociaux, social ads, influence, reciblage ?



### **Présence sociale**

Comptes actifs sur les plateformes pertinentes pour votre cible



### **Social Shopping**

Fonctionnalités d'achat intégrées aux réseaux sociaux



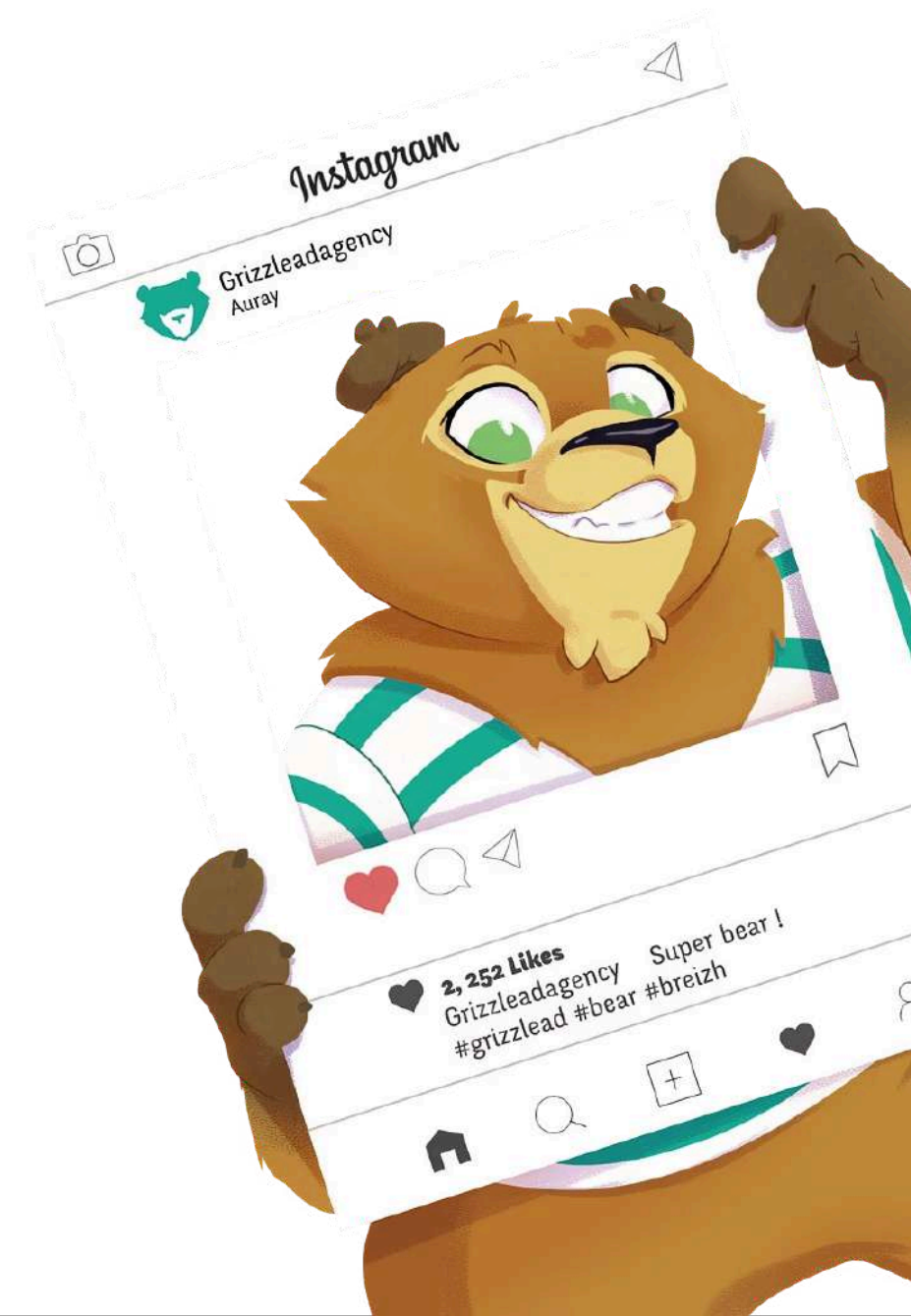
### **Publicité sociale**

Campagnes ciblées par données démographiques et comportementales



### **Marketing d'influence**

Collaborations avec des créateurs de contenu pertinents



# 9. Avez-vous un budget dédié et des ressources en interne pour piloter votre e-commerce ?

Qui gère ? Quels outils ? Quel degré d'autonomie ou d'externalisation ?



## Ressources humaines

- Équipe dédiée ou responsable unique
- Compétences techniques et marketing
- Formation continue aux bonnes pratiques



## Ressources techniques

- Plateforme e-commerce adaptée
- Outils d'analyse et de reporting
- Solutions marketing automatisées



## Budget

- Investissement initial
- Budget marketing récurrent
- Allocation par canal d'acquisition

# 10. Analysez-vous régulièrement les performances pour ajuster vos actions ?

Trafic, sources, panier moyen, taux de transformation, fidélisation : les données guident-elles vos décisions ?



# Contactez-nous



## Email

hello@grizzlead.com



## Téléphone

02 55 99 55 65



## Site internet

[www.grizzlead.com](http://www.grizzlead.com)



## 2 adresses en Bretagne

21 rue du Danemark 56400 Auray

35 mail de la Manufacture 35410 Châteaugiron

