

71 causes qui peuvent freiner vos ventes en ligne

**e-commerce &
référencement**

Yassine AÏSSAOUI

Consultant SEO, Social Media

www.ya-graphic.com

Réussir en e-commerce !

Vous vous demandez pourquoi votre boutique en ligne ne vend pas ou vend très peu. Vous avez probablement quelques idées en tête, je vous propose toutefois une **liste de causes probables** qui pourraient vous éclairer.

71 causes au total ! Parce qu'il faut trouver le mal à la racine pour pouvoir avancer. Gardez à l'esprit que la **réussite** en e-commerce est le fruit de la **patience** et de la **persévérance**.

Je commence donc ce document avec mon premier conseil, faites attention à vos balises META.

Conseil 1: Créez des balises title uniques pour chaque page de votre boutique en ligne. Même conseil pour les balises META description que vous pouvez laisser vides de contenu, si vous les complétez je vous conseille de créer du contenu descriptif, unique à chaque fois et engageant.

Lundi 2 Décembre 2013 | Ce document ne peut être utilisé, cédé ni reproduit sans l'autorisation de Ya-graphic.com.

1. Le contenu

1. Les photos de vos produits ne sont pas de qualité.
2. Les visiteurs ne peuvent pas zoomer vos photos.
3. Vous présentez des photos de qualité, mais seulement une seule par fiche produit.
4. Vos fiches produits n'indiquent pas les caractéristiques complètes de vos produits.
5. Vos fiches produits ne donnent pas de descriptions complètes de vos produits.
6. Vous ne faites pas de listes à puces pour faciliter la lecture du descriptif de vos produits et pour mettre en évidence les points forts des produits.
7. Vous utilisez souvent les mêmes mots clés pour décrire un produit.
8. Votre site ne possède pas de FAQ claire et simple ou bien la FAQ ne répond pas aux questions des visiteurs de votre site.
9. Votre numéro téléphone n'est pas présent sur la page d'accueil ni dans les fiches produits.

1. Le contenu

10. La page « Qui sommes-nous ? » est absente du site ou trop discrète.
11. Vos fiches produits ne donnent pas d'informations au sujet de la livraison et du retour.
12. Votre site ne présente pas sa philosophie, la valeur qu'il apporte par rapport à la concurrence.
13. La page d'accueil de votre boutique en ligne ne présente pas une sélection de produits.
14. Les produits que vous présentez dans votre page d'accueil ne sont pas assez représentatifs de votre domaine.
15. Les avis des consommateurs sont absents de vos fiches produits.
16. Vos fiches produits ne guident pas les visiteurs vers des pages de conseil pour une meilleure utilisation du produit.
17. Le prix du produit n'est pas assez mis en valeur.
18. Le bouton ajouter au panier d'achat ne se démarque pas assez des fiches produits.
19. La garantie dans vos fiches produits n'est pas claire ou pas assez mise en valeur.

1. Le contenu

20. Vous ne donnez pas de précisions sur la tarification de vos produits (frais de port, garantie et autres services complémentaires).
21. Le logo de la boutique en ligne laisse à désirer et ne possède pas de texte alternatif (attribut ALT).
22. Les images de vos fiches produits ne possèdent pas de texte alternatif.
23. Les utilisateurs de votre boutique en ligne sont obligés de défiler - « scroller » - la page vers le bas pour identifier le contenu de chaque fiche produit.
24. Les logos des moyens de paiement ou des modes de livraison ne sont pas identifiables ou sont de mauvaise qualité.
25. La typographie de vos pages web manque d'harmonie.
26. Votre page d'accueil ne présente pas assez de texte en HTML.
27. Les pages de vos catégories ont un contenu insuffisant ou dupliqué.

Conseil 2: Vous remarquerez que ce document ne fournit aucun exemple sous forme d'images de grands sites marchands tels qu'Amazon.fr ou Darty.com. Ces sites-là possèdent déjà une notoriété, ils n'ont donc pas besoin de lutter pour gagner la confiance des visiteurs. Basez votre travail sur votre propre expérience !

1. Le contenu

2. Les liens

1. Votre site e-commerce n'attire pas assez de liens de qualité, des liens pertinents : par exemple des liens en provenance de blogs de mode si vous êtes dans le prêt-à-porter féminin, des liens de partenaires, fournisseurs, etc.
2. Toujours dans le cadre de l'acquisition de liens : vous ne faites pas de concours, vous ne créez pas de contenu *linkbait* (humour, information, innovation, éducatif, etc.).
3. Le logo de votre boutique en ligne n'est pas cliquable et il ne renvoie pas vers la page d'accueil de votre boutique en ligne.
4. Votre site n'a pas de plan de site.
5. Les URLs de vos fiches produits ne sont pas simplifiées, elles contiennent toujours des variables au lieu des mots clés.
6. Les robots explorateurs des moteurs de recherche accèdent difficilement aux pages de votre site.

2. Les liens

7. Vous n'avez pas demandé à votre équipe de faire un lien vers votre boutique en ligne depuis leur profil LinkedIn ou Google+, leur blog, etc.
8. Vous n'avez jamais envoyé de communiqué de presse à des journalistes / blogueurs ciblés. Ces derniers pourraient vous fournir des liens de qualité.
9. Votre site emmagasine beaucoup de pages d'erreurs 404, notamment si vous avez pour habitude de désactiver vos fiches produits.
10. Vos liens internes ne sont pas en dur.
11. Votre site ne gère pas bien les ID de sessions (SID) dans vos URLs, ce qui cause des problèmes d'indexation de vos pages web dans les moteurs de recherche.
12. Vous négligez la balise canonical.
13. Vous négligez Google et Bing webmaster tools.

Conseil 3: Les meilleurs conseils proviennent de gens que vous ne connaissez pas et qui ne flattent pas votre ego. « *Suis le conseil de celui qui te fait pleurer, et non de celui qui te fait rire* » (proverbe arabe), autrement dit le conseil juste et franc vous causera de la peine mais vous fera certainement avancer si vous avez la patience.

2. Les liens

3. Design et navigation

1. La structure de votre boutique en ligne (son arborescence) n'est pas claire ni détaillée.
2. Vos fiches produits ne proposent pas de listes de produits associés, notamment via un carrousel.
3. Votre carrousel n'est pas attractif, ce sont juste des entrées supplémentaires vers d'autres produits ou des univers de produits.
4. Les pages de votre site ne s'affichent pas assez vite.
5. Le moteur de recherche interne de votre boutique en ligne manque de pertinence.
6. Votre moteur de recherche ne propose pas un système d'autocomplétion (aide à la saisie).

3. Design et navigation

7. Votre moteur de recherche est trop discret, pas assez visible.
8. Votre site marchand possède beaucoup d'articles mais il ne propose pas un système de filtres qui permet aux visiteurs de trouver rapidement leur produit.
9. Le menu principal de votre site n'est pas clairement identifiable.
10. Les visiteurs se situent difficilement dans votre site ([fil d'Ariane](#) pas mis en évidence).
11. Le design de votre site laisse à désirer, autrement dit la charte graphique n'est pas attrayante.
12. Les couleurs de la charte graphique manquent de cohérence avec le type de produits que vous vendez.
13. Le design de votre boutique en ligne est surchargé.

3. Design et navigation

4. E-commerce

1. Le nom de votre site ne donne pas une idée immédiate de son domaine.
2. Votre site ne propose pas la livraison gratuite.
3. Le coût de la livraison est trop élevé.
4. Vous ne proposez pas le retour gratuit en cas de problème.
5. Votre site n'affiche pas de label de confiance.
6. Votre site ne propose pas de section dédiée aux produits en promotion (en bout de menu).
7. Votre site ne propose pas de section dédiée aux événements annuels (toujours en bout de menu).
8. Les prix de vos produits sont trop élevés.

4. E-commerce

9. Votre site force les utilisateurs à fournir trop d'informations sur eux.
10. Vous ne proposez pas de campagnes e-mailing ou vos campagnes d'e-mailing manquent d'efficacité.
11. Vos visiteurs ont rempli leur panier d'achat, ils ont quitté votre boutique en ligne, mais au retour ils ne retrouvent pas leur panier d'achat rempli.
12. Votre boutique en ligne n'indique pas à quel niveau ils se trouvent lors du processus d'achat.
13. Votre site ne propose pas les différentes méthodes de paiement.
14. Votre site ne propose pas les différentes méthodes de livraison.
15. Votre site force les utilisateurs à s'inscrire via un formulaire.
16. Le panier d'achat est trop discret par rapport aux autres éléments du site.
17. Vous n'avez pas de réelle présence dans les réseaux sociaux même si vos comptes y sont créés.

4. E-commerce

18. Vous n'avez pas de blog qui vous permettrait de fidéliser vos clients, de présenter les coulisses de votre boutique en ligne, de présenter vos produits et leur fabrication en détail, etc. **A lire:** [10 raisons d'ouvrir un blog avant de lancer votre site e-commerce](#)

19. Vous ne créez pas de sentiment d'urgence, par exemple : « *Il ne reste plus que 2 exemplaires en stock* », c'est ce qu'Amazon fait. Vous devrez trouver une autre phrase.

20. Les flux de produits ne sont pas soumis à des comparateurs de prix / moteurs de recherche de produits.

Conseil 4: Toutes ces causes ne peuvent pas être prises indépendamment des autres. Elles ont chacune un poids différent de l'autre.

Vous pouvez lire aussi: [E-commerce: Si votre boutique en ligne vend très peu ou rien...](#)

4. E-commerce

Yassine AÏSSAOUI

Consultant SEO, Community Manager

e-mail. contact@ya-graphic.com

mobile. 06 52 64 70 04

LinkedIn - [Yassine AÏSSAOUI](#)

Twitter - [@yagraphic](#)

Facebook - [ya-graphic](#)

Google+ - [ya-graphic](#)