

Pourquoi vous avez besoin de ce guide.....

Le Black Friday est un temps fort commercial désormais incontournable en France. Depuis son importation en 2014, le volume global de commandes en ligne a augmenté de 465%.¹ L'événement a battu de nouveaux records en 2019, et 2020 sera l'occasion pour les e-commerçants de rattraper le retard de début d'année.

Mais pourquoi ces deux journées représentent un enjeu aussi élevé ? Le fait est que les Français étaient l'an passé encore massivement au rendez-vous (+21% de transactions par rapport à l'an passé selon le Webloyalty Panel). Ils ont recherché en priorité les vêtements, chaussures et accessoires, et des articles dans le secteur de la maison. Ce qui implique que les acheteurs laissent sur leur passage une empreinte digitale encore plus importante durant cette période de ventes exceptionnelles. Prenez cela en compte et votre caisse enregistreuse pourrait se remplir de façon exponentielle. Au contraire, en passant à côté de cette opportunité, vous pourriez dire au revoir à vos profits.



Testez la résistance De votre site

En 2019, les commandes en ligne auraient augmenté de 274% entre le 22 novembre (vendredi précédant le Black Friday) et le 29 novembre dernier, d'où l'intérêt d'avoir un hébergement solide et adapté pour l'occasion.

Comment éviter de saturer votre hébergement lors de ce pic saisonnier ? Il faut toujours prévoir l'imprévisible. Le fait est que dorénavant, une telle croissance semble être la norme, donc vous n'avez plus aucune excuse pour ne pas être prêt.

Mais cela ne s'arrête pas seulement au potentiel bug de votre site web - le fait est que vous n'avez pas besoin d'un crash complet pour que vos visiteurs soient frustrés et susceptibles d'abandonner votre page. Par exemple, lors du Black Friday 2015, le chargement d'un e-commerce prenait en moyenne 5.31 secondes, avec un chargement de plus de 13.51 secondes enregistré pour le site le plus lent. En parallèle, il a été prouvé que 40%⁴ des visiteurs abandonnent leur navigation sur un site mettant plus de 3 secondes à charger. Les acheteurs seront peut-être plus indulgents vis-à-vis d'un site relativement lent s'ils savent qu'ils peuvent réaliser des bonnes affaires, mais il reste important de minimiser leur frustration et de maximiser vos chances de réaliser du profit.



Le fait est que vous n'avez pas besoin d'un crash complet pour que vos visiteurs soient frustrés et susceptibles d'abandonner votre page.

Pour que votre site tourne, mais qu'il tourne bien, voici quelques conseils

Contactez votre fournisseur d'hébergement web pour discuter des limitations de trafic sur votre boutique en ligne et de la possibilité d'augmenter votre service d'hébergement de façon temporaire.

Beaucoup de serveurs qualifiés devraient être capables de gérer durablement une augmentation de trafic sans pour autant vous obliger à passer à une version supérieure. Cependant pour être sûr, nous vous conseillons d'analyser les données de l'an passé, ainsi que celles des concurrents afin d'avoir un premier aperçu avant d'entamer la discussion. Si vous avez besoin de passer à une version supérieure, assurez-vous de la durée du processus afin d'être prêt à temps pour la période de ventes.

Considérez la réduction de la taille de vos CSS (Cascading Style Sheets ou feuilles de style en cascade).

Afin de rendre la vie des développeurs plus facile, ces CSS contiennent souvent des informations stockées de façon inutilement espacée. Enlever ces espaces peut réduire à un tiers la vitesse de chargement des CSS.⁵

Compressez et redimensionnez vos images.

Les images peuvent réellement ralentir le chargement des sites et, par nature, les boutiques en ligne en contiennent beaucoup. Vérifiez surtout la taille d'une image comparée à sa version sur le site. Par exemple l'utilisation d'une image très grande comme miniature va ralentir votre site de façon inutile. Cependant, rechercher ces défauts et les remplacer pourrait vous prendre beaucoup de temps, donc si vous devez concentrer vos efforts, nous vous recommandons de vous focaliser sur votre page d'accueil et vos meilleures ventes.





À noter :

Vous pouvez consulter la vitesse de vos pages en utilisant l'outil gratuit de Google "PageSpeed Insight".⁶



Votre activité pourrait profiter d'un boost après la saison des soldes ?

La personnalisation pourrait être la solution. Pourquoi ne pas contacter l'un de nos spécialistes e-commerce pour en apprendre plus ?

DEMANDEZ - UNE - DEMO