



TikTok Ads

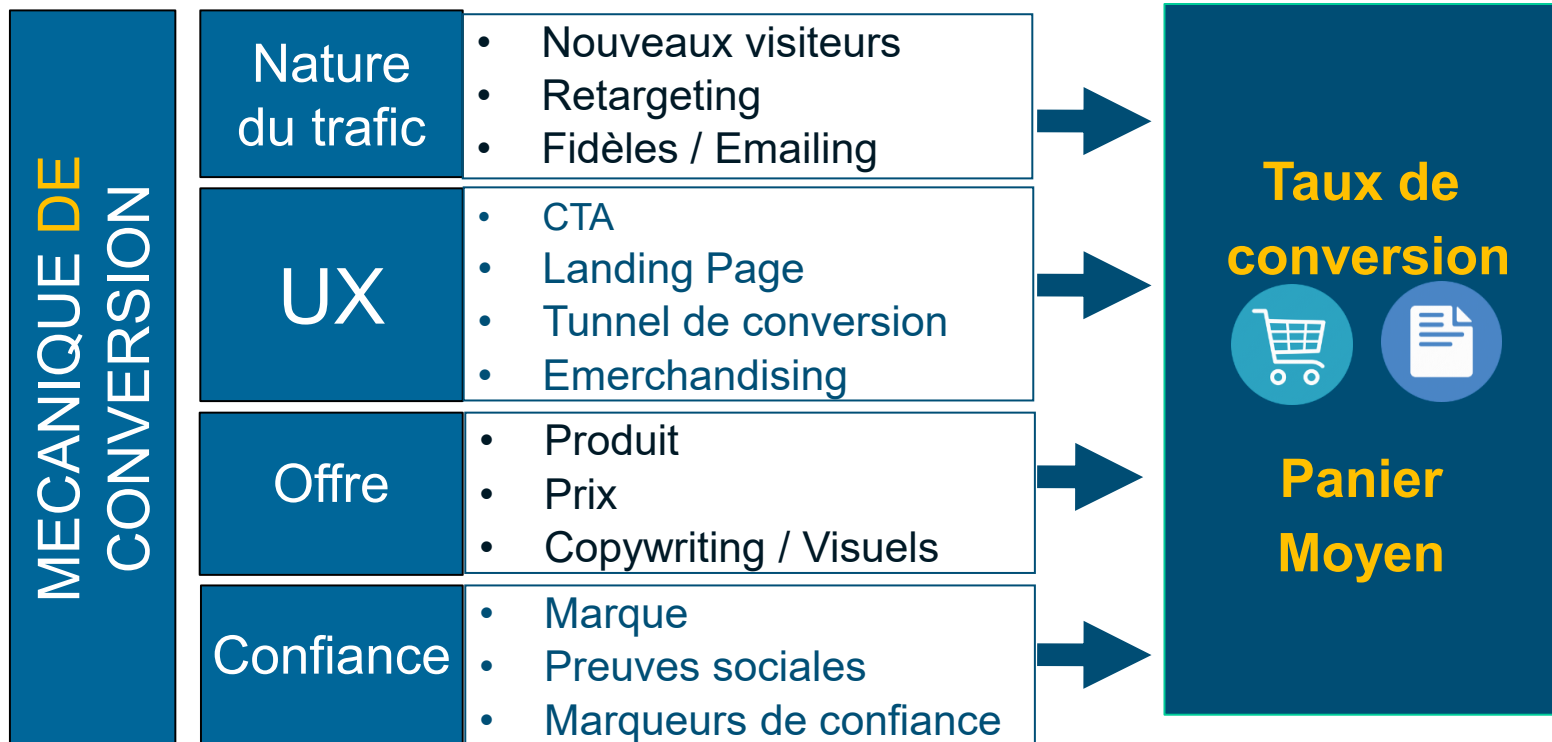
LES CONCEPTS CLES

L'OPTIMISATION DE LA CONVERSION
LES MECANISMES DE CONVERSION



Optimiser le taux de conversion

La première étape d'optimisation du taux de transformation consiste à analyser votre site et déterminer ses marges de progression

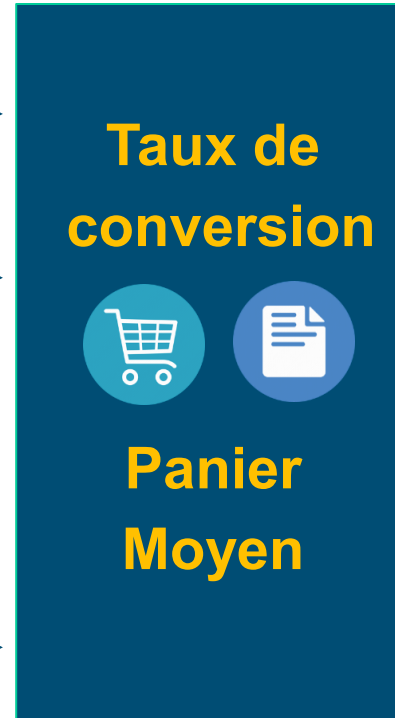


Taux de conversion

Vos performances n'ont de valeur que relativement à celles des concurrents

MECANIQUE DE CONVERSION

Nature du trafic	<ul style="list-style-type: none"> Nouveaux visiteurs Retargeting Fidèles / Emailing
UX	<ul style="list-style-type: none"> CTA Landing Page Tunnel de conversion Emerchandising
Offre	<ul style="list-style-type: none"> Produit Prix Copywriting / Visuels
Confiance	<ul style="list-style-type: none"> Marque Preuves sociales Marqueurs de confiance



Concurrent le plus performant

Nature du trafic

UX

Offre

Confiance

Multiplier par deux le taux de transformation d'un site

Exemple de plan d'optimisation de la conversion

Taux de transformation : 1 %

Nature du trafic

- Nouveaux visiteurs
- Retargeting: Google+5%, Facebook+5%, RTB+5%, Critéo+5%, TikTok+5%
- Fidèles / Emailing : Panier achat abandonné +10%, upselling J+30 +10%

+25 % (0,25 %)

+20 % (0,20 %)

+10 % (0,1 %)

UX

- Landing Page / CTA: LP 1 , CTA 13+ , CTA 21
- A/B Testing: test 1+3%, test 11+3%, test 25+5%, test 31+5%, test 39+4%,
- Tunnel de conversion: +10%
- Emerchandising

+20 % (0,2 %)

+10 % (0,1 %)

Offre

- Produit
- Prix
- Visuels +5% Copywriting + 15%

+20 % (0,2 %)

+5 % (0,05 %)

Confiance

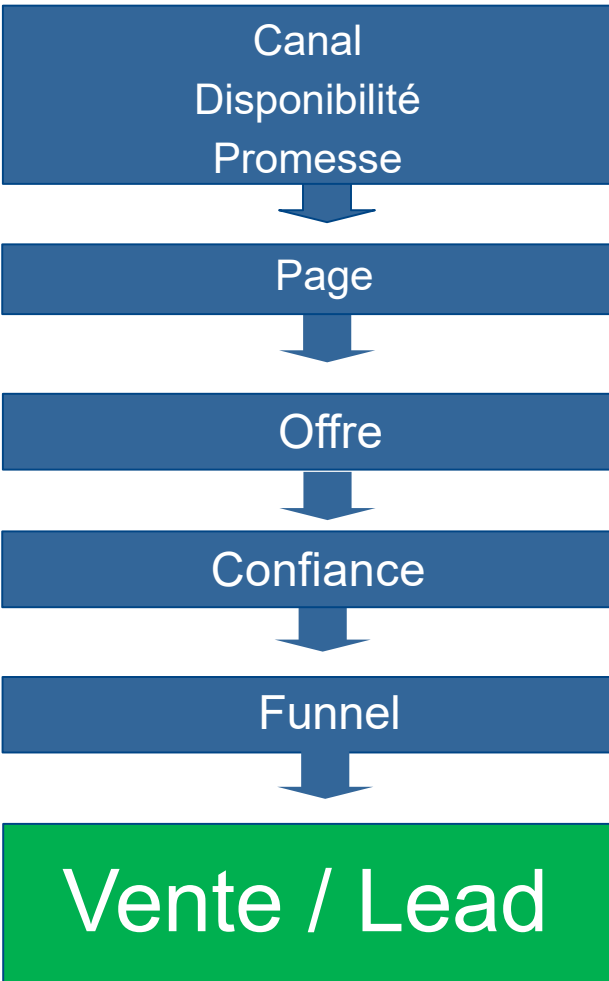
- Marque (campagne notoriété: +5%)
- Preuves sociales: avis positifs (+5%)
- Marqueurs de confiance: téléphone, adresse physique, garanties

+5 % (0,05 %)

+10 % (0,1 %)

+125 %

Taux de transformation : 2,25 %



Une conversion se produit lorsqu'un flux d'échange avec le client satisfait certaines conditions sont réunies

1. L'annonceur touche le client sur un **canal** où son attention est **disponible** avec une **promesse** qui le touche
2. En le redirigeant vers une **page** qui le motive
3. En lui proposant une **offre** de façon convaincante
4. En lui inspirant **confiance**
5. En l'engageant dans un **tunnel de conversion / funnel**

Nous désignons ce flux par
« Mécanique de conversion »

