



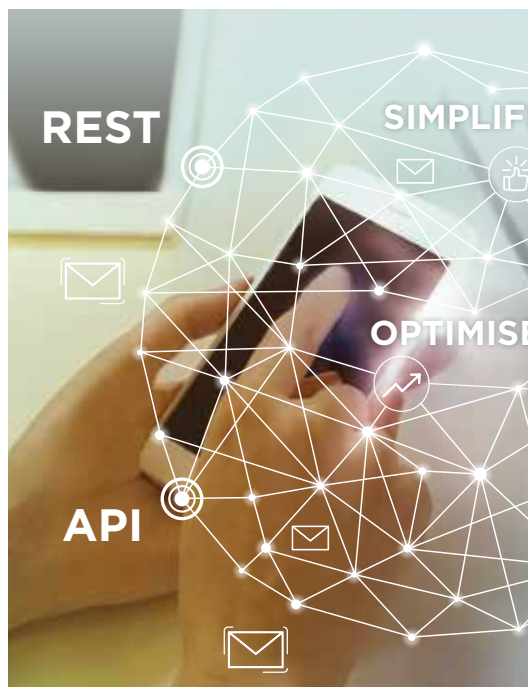
PAROLES D'EXPERTS

Frank BOURDEAU,
Responsable Commercial



Formulaire de saisie : La première e-impression doit toujours être la bonne

Le formulaire d'inscription, c'est la première étape du parcours d'achat. Ce formulaire qui se veut simple et rapide ne doit pas être mal perçu. Certaines solutions permettent de le rendre plus ergonomique. Vous augmenterez votre taux de conversion en simplifiant le parcours de vos prospects. Avec des méthodes adaptées, vous gagnerez en qualité de données.





En 2020 le e-commerce pèse désormais plus de 100 milliards d'euros (chiffre de la FEVAD : Fédération e-commerce et vente à distance). Un chiffre qui ne cesse d'augmenter chaque année et qui pourrait exploser en 2021. La crise sanitaire a entraîné des changements dans les habitudes d'achat en ligne.

Le e-commerce étant devenu le dernier recours pendant le confinement, on constate une hausse des commandes.

L'offre en ligne touche plus de 40 millions de Français et compte plus de 200 000 sites qui, cette année, devraient enregistrer près de 2 milliards de transactions.

Toujours selon une étude de la FEVAD, le taux d'abandon de panier se situe entre 70 et 80%.

Sur un marché où l'offre est en constante croissance comment augmenter votre taux de conversion ? Vous aurez beau avoir le plus beau site du monde si votre formulaire d'inscription est trop long et mal organisé, il découragera votre prospect.

Alors comment garantir à vos utilisateurs une saisie simple et facile ? Comment faire pour que vos internautes, en utilisant votre service se disent : « *Enfin un site qui me simplifie la vie !* » ?

Mis à part l'aspect visuel de votre formulaire, il est important d'ajouter des solutions d'aide à la saisie et de validation en temps réel.

L'AIDE À LA SAISIE :

Quoi de plus agréable et d'encourageant pour un utilisateur que de trouver un formulaire intelligent lui facilitant la saisie

de ses informations. Avec ce type de solutions vous gagnerez en image auprès de vos prospects.

Grâce à elles vous optimiserez le temps de saisie et garderez toute l'attention de votre prospect, réduisant ainsi le taux de panier abandonné. Cela peut s'appliquer aux adresses postales par exemple.

Votre formulaire propose en temps réel des données d'une qualité optimale directement issues des référentiels de La Poste. Des solutions qui sont en mesure de contrôler les fautes d'orthographe, de phonétique et de dyslexie.

Finis la corvée et bonjour la simplicité. Cela devient presque ludique.

VALIDATION EN TEMPS RÉEL :

Stop aux formulaires qui indiquent lors de la validation finale la mention « *votre formulaire est incorrect* ». Une mention qui n'apporte qu'une image négative d'autant que le message ne pointe pas toujours l'erreur et que c'est à l'utilisateur de la chercher.

En mettant en place une **validation en temps réel** des champs du formulaire, l'utilisateur sera directement informé en cas d'erreur involontaire de saisie avec un message clair comme par exemple « *La rue n'existe pas* » pour le champ rue. Ainsi vous limitez la frustration en apportant un soutien à votre prospect.

De même, il ne faut pas créer de conditions de validation trop rigides ! Utilisez des solutions capables de prendre tous types de format en entrée et qui ensuite

vous permettront de les stocker dans des formats standardisés. Ainsi, pour les numéros de téléphone par exemple, vous pourrez autoriser +33630... ou 0033630... et encore 0630...

UN MEILLEUR FUTUR POUR VOS ACTIONS COMMERCIALES :

Ces méthodes augmentent votre taux de transformation et donc vos bénéfices. Elles limiteront les erreurs et le manque à gagner d'une adresse de livraison erronée par exemple.

De plus, en améliorant la perception de votre marque auprès de ce nouveau client ainsi que la qualité des données recueillies sur celui-ci, vous disposerez des meilleurs atouts pour vos processus de fidélisation. Vous serez donc plus efficace dans vos futures campagnes marketings.

À RETENIR :

Il est primordial de simplifier au maximum la complétion de vos formulaires de saisie. Vous aidez votre prospect et ça le rassure. Il n'y a rien de mieux pour augmenter l'image et le taux de conversion. L'aide à la saisie et la validation en temps réel sont des clefs essentielles pour améliorer l'ergonomie. Sans oublier qu'elles vous assurent une qualité de données optimale pour vos futures campagnes.