



TikTok Ads

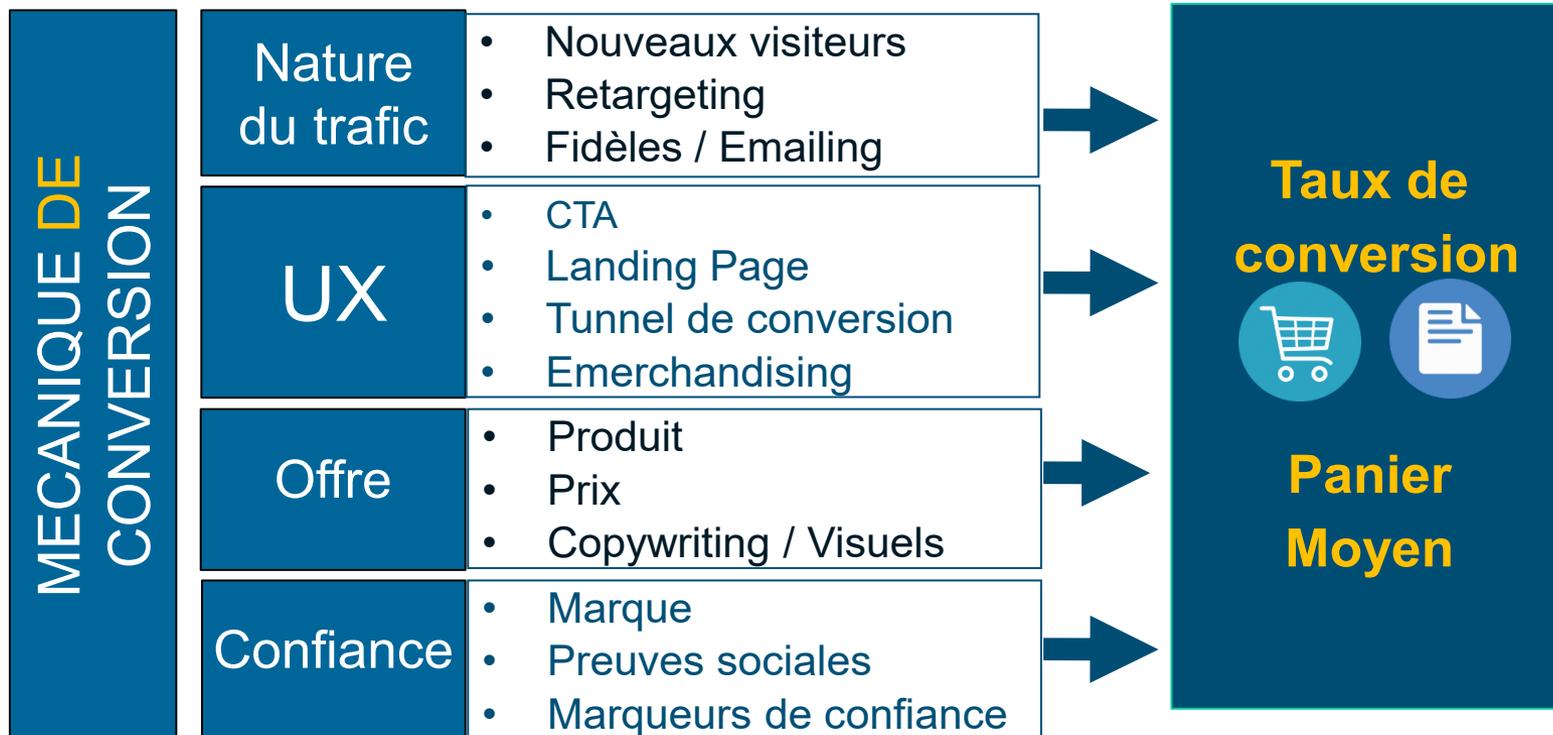
LES CONCEPTS CLES

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

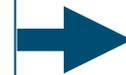
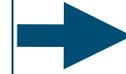


Taux de conversion

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



**Taux de
conversion**



**Panier
Moyen**

**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

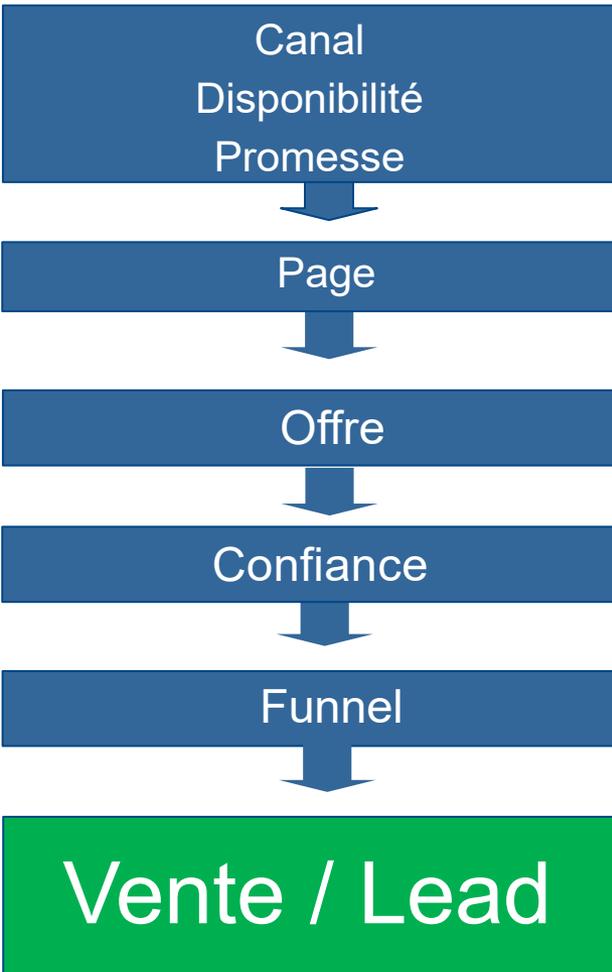
- Marque (campagne notoriété: +5%)
- Preuves sociales: avis positifs (+5%)
- Marqueurs de confiance: téléphone, adresse physique, garanties

+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 »

