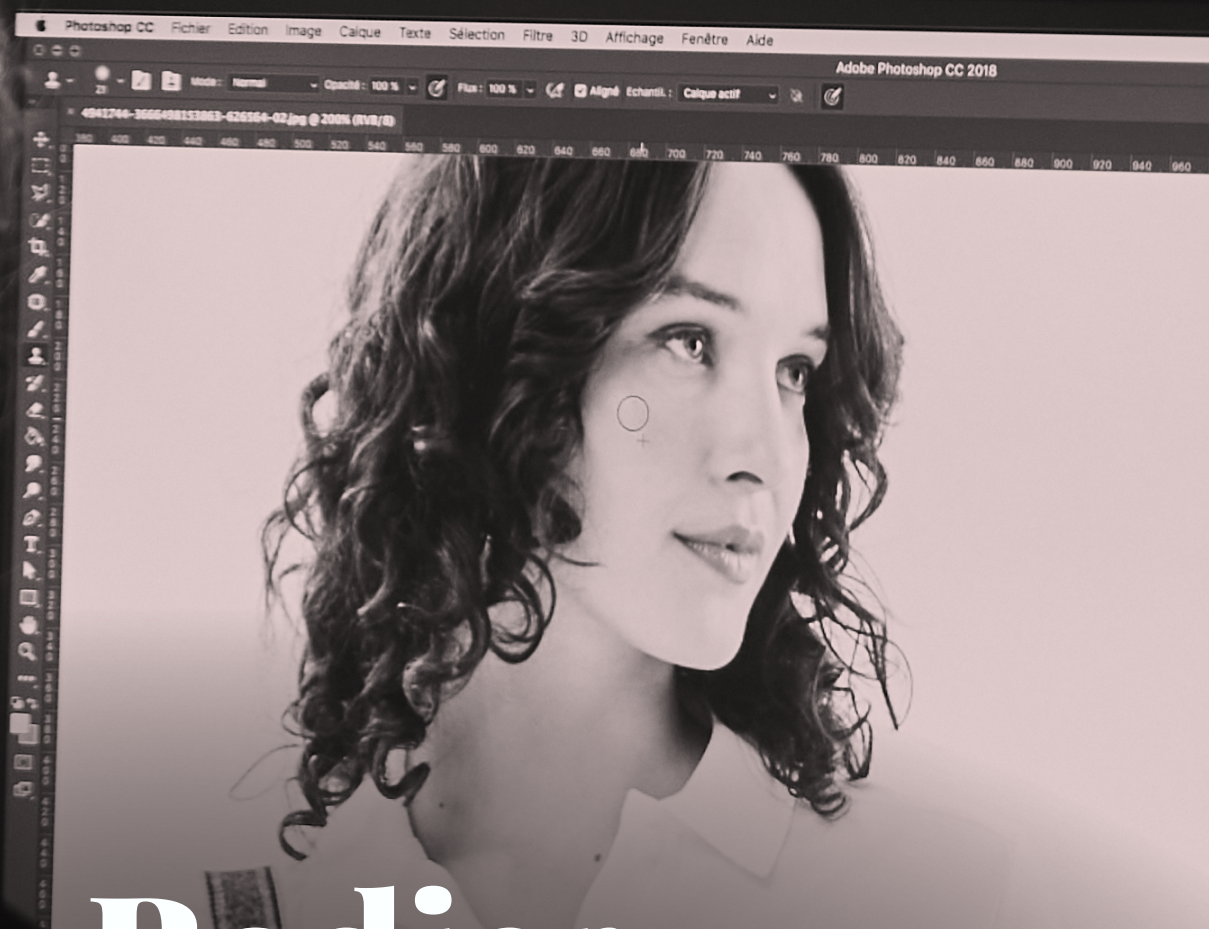




Quais de l'Image



Jules, Rodier, Balaboosté, Lollipops :

4 leviers pour augmenter la
conversion de ses fiches produits

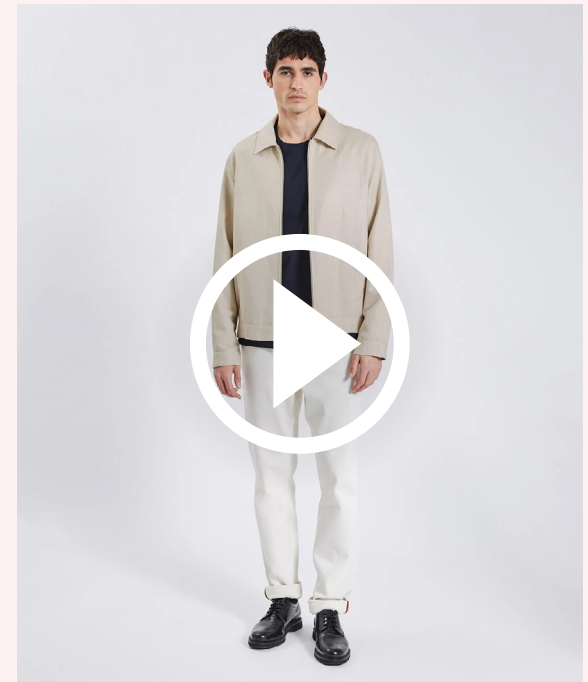
quaisdelimage.com



Selon une étude publiée par l'IFM et Kantar en mai 2023, les ventes de vêtements en ligne ont connu une croissance significative, passant de 6% en 2009 à 21% en 2021.

Dans le monde de l'e-commerce, les fiches produits jouent un **rôle crucial dans l'optimisation des taux de conversion.**

En regroupant les informations essentielles sur les produits, ces pages permettent aux utilisateurs de prévisualiser les articles grâce à des photos détaillées.



Dans le secteur de la **mode en particulier**, les visuels revêtent une importance capitale pour la conversion des boutiques en ligne. Les consommateurs ont besoin de voir une représentation précise des produits afin de pouvoir se projeter et prendre une décision d'achat éclairée.

Des visuels de qualité convertissent jusqu'à

2 fois plus les ventes, augmentent le montant moyen des paniers, et réduisent les retours des produits.

Les fiches produits fournissent aux clients des détails essentiels tels que **les descriptions,**

les spécifications, les tailles, les matières, les instructions d'entretien et les avis des clients.

Ces informations aident les consommateurs à se sentir en confiance et à prendre des décisions d'achat. Cependant, les informations écrites seules ne suffisent souvent pas à convaincre les clients.

Les visuels viennent compléter ces informations en permettant aux consommateurs de voir à quoi ressemble réellement le produit. Ils peuvent ainsi examiner les détails, la coupe, la texture et l'apparence générale du vêtement.

Cela leur permet de se faire une idée précise avant de finaliser leur achat.

Dans un secteur hyper concurrentiel où la tendance est à l'achat raisonné, **des visuels à forte valeur ajoutée sont essentiels pour faire la différence.** Les acheteurs veulent voir comment vivent les vêtements pour se projeter et déterminer si cela correspond à leur style et à leur morphologie.

Des images claires et attrayantes, prises sous différents angles, suscitent l'intérêt et **créent une connexion émotionnelle avec le produit.**

Dans ce contexte, **l'optimisation des coûts** est stratégique pour les marques. La production de leurs contenus peut notamment être un levier efficace, qu'ils soient de l'ordre de l'image, des textes ou encore de la vidéo.

En regroupant la création de contenus chez un prestataire unique et global, les marques peuvent jouer sur **4 leviers essentiels :**



L'optimisation des coûts : regrouper pour mieux gérer



L'optimisation côté produit :

**Dans un premier temps,
la logistique produit.**

**Immobiliser un seul exemplaire
par référence produit** chez
un prestataire unique, sur un
temps restreint, est un avantage
considérable dans la gestion
de ses échantillons, et permet
de gagner en temps ainsi qu'en
budget logistique.



L'optimisation côté humain :

L'intérêt de collaborer avec un prestataire unique permet de **gagner en fluidité dans les échanges au quotidien**, en ayant un interlocuteur privilégié, ainsi qu'une équipe dédiée connaissant parfaitement les contraintes de la marque, son univers et son territoire de marque.

Du côté du prestataire, la collaboration est pérenne et permet une meilleure production des contenus. Du côté de la marque, cela représente un **gain de temps au quotidien** pour les équipes :

dans **la planification, l'organisation** ainsi que **le temps dédié aux briefs.**

Cela permet alors de se concentrer sur l'essentiel : **la qualité et la performance des contenus et des ventes.**

En disposant d'un seul chef de projet et d'une équipe dédiée à long terme, les entreprises peuvent gagner du temps et éviter les répétitions de brief. Les équipes, du côté du client, peuvent ainsi être plus efficaces et passer moins de temps en réunion.

L'optimisation côté contenu :

La création de ses contenus chez un prestataire unique et global représente un autre avantage :

optimiser la production de ses contenus en mutualisant les typologies de production sur ses journées communes. Par exemple, les shooting photos et vidéos avec une même équipe, un même mannequin, un même jour, permet un **time to market réduit**.

L'objectif est de **centraliser la création du contenu associé à un produit**. Cela empêche un éparpillement en sous-traitant la création de contenus différents pour un produit unique, à divers endroits.



Site e-shop de la marque

Marketplace

La qualité des contenus : une fiche produit efficace et complète pour le client



Dans un contexte économique où la majorité (80%) des Français envisagent de **réduire leurs dépenses** en matière **d'habillement** en 2023, d'après une étude menée par le cabinet de conseil Wavestone, il est primordial pour les sites e-commerce de proposer des fiches produits de qualité pour encourager les clients à acheter. La qualité de la fiche produit peut faire toute la différence pour **convertir les visiteurs en acheteurs**. Ainsi, une fiche produit efficace et complète est essentielle pour convaincre le client de finaliser son achat.

La fiche produit d'un site e-commerce doit être de qualité irréprochable pour permettre au client de **trouver rapidement toutes les informations nécessaires**, influençant sa décision d'achat. Les chiffres montrent que **70% des paniers sont abandonnés**, ce qui souligne l'importance de fournir tous ces éléments au client dans le but d'améliorer son taux de conversion.

Confier la rédaction de fiches produits à des professionnels permet d'**améliorer le référencement**, étant donné que **67% des clics** se concentrent sur les **cinq premiers**

résultats proposés par Google. Une fiche produit efficace et bien rédigée peut convaincre un client d'acheter un produit tout en aidant le site à être **mieux référencé** sur les moteurs de recherche, ce qui peut **renforcer la visibilité** du site e-commerce.

Il convient également de souligner que le choix d'un seul prestataire pour la rédaction des fiches produits peut avoir un impact bénéfique sur la **cohérence de l'ensemble des contenus**. En effet, une équipe dédiée travaillant en étroite collaboration peut assurer une conformité complète au cahier des charges à tous les niveaux, améliorant ainsi **l'homogénéité et la qualité** des contenus produits.

Les marques, retailers et pure-players doivent consacrer le temps nécessaire à l'élaboration d'une **stratégie de co-création pour produire du contenu de façon plus efficace et qualitative**. En travaillant en collaboration, les équipes peuvent accélérer la production de contenu et **optimiser leurs performances**.



Le cas Jules

Témoignage de **Karine Siebenhuner**,
Directrice de la communication chez Jules



7^{ème} année
de collaboration



Livraison
hebdomadaire,
Multi-formats
(*RP, E-commerce*)



2500 références
(*env.*) / an

Actions :



Photos de
produits portés



Vidéos de
produits portés



Packshot de
produits



Rédaction de
descriptifs produits



Collections
capsule



Natures mortes

JULES

JULES



Karine Siebenhuner, Directrice de la communication et du marketing opérationnel chez Jules, a récemment partagé les résultats de l'impact de la vidéo et de la rédaction sur les fiches produits de Jules par Quais de l'Image.

Celle-ci a souligné que les vidéos ont un effet plus aspirationnel qu'une simple photo, en particulier pour les produits à forte valeur ajoutée, tels que les trenches, car elles permettent de mieux détailler la longueur, le style et de contempler le produit en mouvement.

”

Les sessions ayant vu au moins une fiche produit avec vidéo ont un taux de conversion multiplié par 2

Les performances d'un point de vue macro sont très positives. Ces sessions :



Représentent 6,50% des sessions



Voient davantage de pages que les autres



Passent 2 X plus de temps sur le site



Ont un taux de rebond moins élevé

En plus de cela, l'**amélioration des descriptions** accompagnant les fiches produits ont permis d'**augmenter de 3 secondes**, en moyenne, le temps passé par les visiteurs sur cette zone, montrant un intérêt supérieur pour celle-ci. Cela suggère que **la qualité de la rédaction** peut également avoir un **impact positif sur l'expérience utilisateur et les ventes**.

La collaboration entre Jules et Quais de l'Image apporte de nombreux avantages, notamment **une meilleure connaissance de la marque**, une mutualisation des looks, une rédaction sur place en direct, **l'homogénéité des contenus** et la disponibilité des équipes sont des points forts du partenariat.

Damien Paniez, responsable du parcours client UX et UI chez Jules, a ajouté que le challenge supplémentaire était de passer d'un site basé sur la performance et le transactionnel à une approche plus expérientielle et désirable.


Cela passe par une meilleure mise en valeur des visuels, la diminution de la charge cognitive, le scrollytelling, l'exploration accrue de la vidéo, une meilleure mise en valeur des matières,

des détails et des façons différentes de porter le produit.

Enfin, il a souligné qu'il était crucial de travailler sur **le poids, le cache et la vitesse de chargement pour améliorer l'expérience utilisateur**.

”

On est tous proches, l'organisation est bien calée et le relationnel est bon, la transparence font de notre partenariat une constante recherche de solutions.”

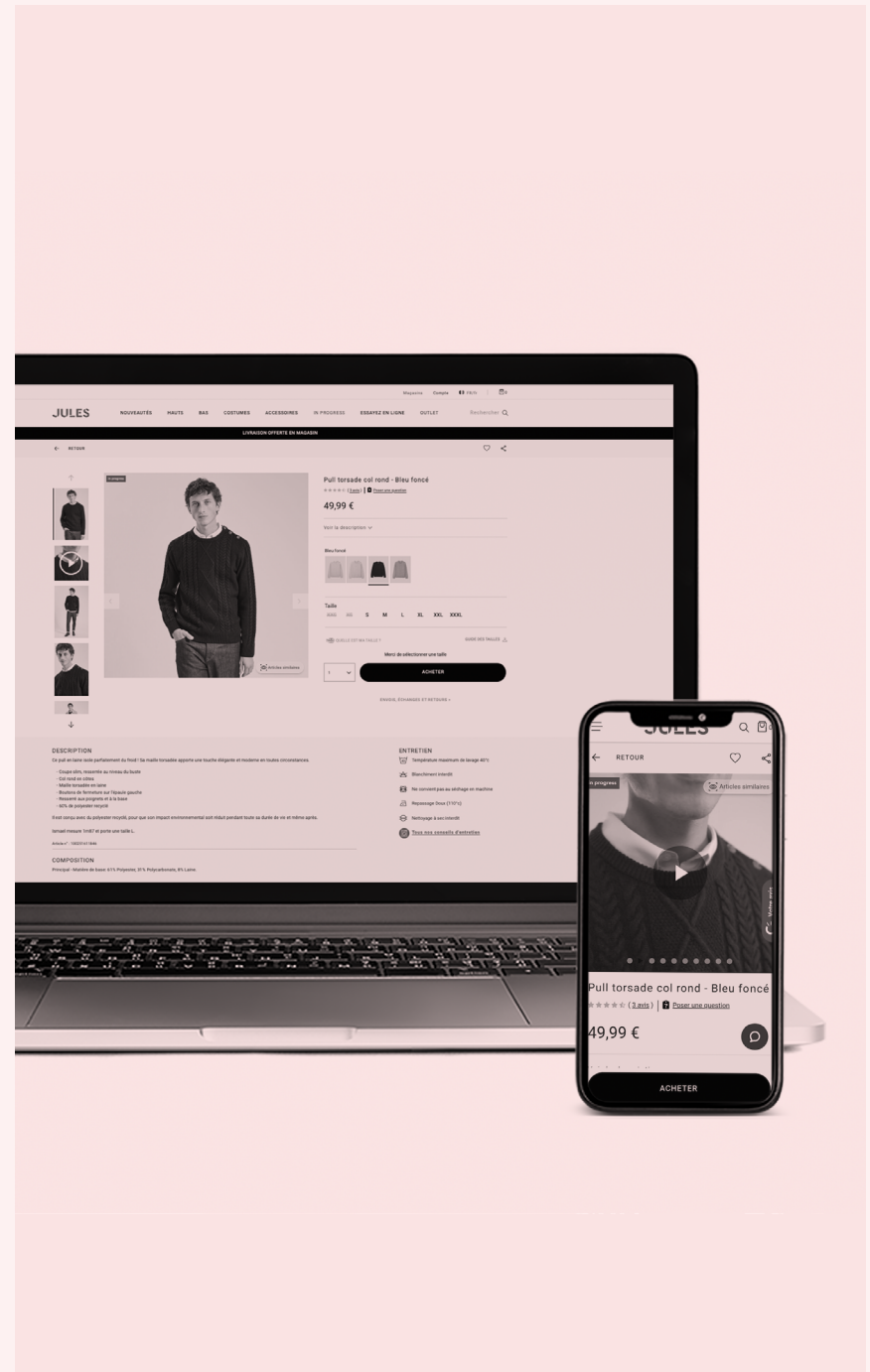


Réduire son time to market : des contenus en 48h en ligne

La rapidité de mise en ligne des nouveaux produits est un enjeu majeur pour les marques souhaitant conserver leur compétitivité sur un marché saturé. En effet, il est très important de pouvoir proposer rapidement ces produits pour ne pas perdre de ventes et s'adapter aux contraintes logistiques.

C'est pourquoi Quais de l'Image, studio de production spécialisé dans la création de contenus, a mis en place un processus expérimenté et efficace pour **garantir des délais de livraison très courts** à ses clients. En moyenne, le studio est capable de fournir des **contenus retouchés en seulement 24 à 48 heures**.

Pour assurer un suivi précis de chaque étape, Quais de l'Image a développé sa propre solution de gestion de contenus en mode SaaS. Cette dernière permet de **piloter et valider à distance les contenus 24h/24 et 7j/7** et offre un accès rapide et sécurisé à l'ensemble des contenus créés.





La **solution SaaS nommée Iris** propose une gamme de fonctionnalités permettant aux clients de **contrôler et automatiser différents processus liés à la gestion de contenus multicanaux / multiformats** tels que les marketplaces, les boutiques en ligne et les réseaux sociaux.

Quais de l'Image fournit des API pour **intégrer facilement sa solution dans les différents environnements clients** tels que les systèmes de gestion des ressources d'entreprise (ERP), les systèmes d'information sur les produits (PIM), les systèmes de gestion des actifs numériques (DAM) et les systèmes de gestion du cycle de vie des produits (PLM).

Le studio est même en mesure de livrer directement les contenus sur le FTP, back-office ou serveur cloud du client, en fonction de la date de mise en ligne du produit. Cette option permet une **mise en ligne automatique**, sans demander une surcharge de travail au client.

En somme, **réduire le time-to-market** est essentiel pour les marques qui cherchent à s'adapter rapidement aux contraintes logistiques et à rester compétitives sur le marché. Grâce à son expertise et à sa solution de gestion de contenus, Quais de l'Image peut fournir des contenus **performants et optimisés au service du commerce unifié de ses clients.**

Collaborer et processer : gagner en flexibilité et co-construire

Afin de rester compétitives, les marques doivent revoir les processus internes **et gagner en efficacité et en flexibilité.** Une des façons de le faire est de collaborer avec des prestataires spécialisés dans des domaines précis, tels que Quais de l'Image pour la création de contenu.

Cependant, déléguer la création de contenu ne doit pas être perçu comme une simple externalisation de tâches, mais plutôt comme **une collaboration active** avec un partenaire de confiance. Il est important de comprendre que chaque entreprise a ses propres compétences et son propre savoir-faire.

En confiant la création de contenu à un prestataire spécialisé, la marque peut se concentrer sur son cœur de métier tout en bénéficiant d'un **contenu à forte valeur ajoutée en lien avec la plateforme de marque.**

Ce changement de mode de fonctionnement peut être difficile à accepter pour certaines

marques. Il est donc essentiel d'**évaluer sa propre maturité et sa capacité à adopter une nouvelle approche.**

En collaborant avec des prestataires spécialisés comme Quais de l'Image, l'entreprise peut également bénéficier de sa flexibilité.

Ces experts ont souvent des processus bien établis pour créer des contenus de qualité, mais ils sont également capables de **s'adapter aux besoins spécifiques de chaque client.** Ils peuvent ainsi répondre aux demandes urgentes et aux changements de dernière minute avec rapidité et efficacité.

En conclusion, travailler avec des prestataires spécialisés tels que Quais de l'Image peut apporter de nombreux **avantages aux marques,** notamment une amélioration de la **qualité du contenu** et une plus **grande flexibilité.**

Le cas Rand Group

Témoignage de **Nicolas Gelbfrab**,
head of digital chez Rand Group



4^{ème} année
de collaboration
avec Balaboosté &
2^{ème} année
avec Lollipops

Actions :



Packshot
de produits



Collections
capsule



Natures
mortes



Livraison
bi-mensuelle,
Multi-formats
(*RP, E-commerce,*
Print)



2500 à 3000
références / an

RRAND
GROUP



Rand Group a décidé de confier la production photo de ses marques à Quais de l'Image. Nicolas Gelbfrab, Head of Digital chez RAND, a expliqué que

”

Le plus gros avantage à travailler avec Quais de l'Image est d'avoir des photos d'une excellente qualité, tout en maîtrisant nos coûts”.

Le studio a également simplifié le processus pour RAND en recevant les produits et en livrant les photos dans les **formats** et avec le **nommage demandés**, ce qui n'était pas le cas avec son ancien mode de fonctionnement. De plus, le studio est capable de **traiter de gros volumes avec une qualité constante**, ce que RAND ne parvenait pas à faire en interne.

En confiant la production photo de ses marques à Quais de l'Image, RAND a réussi à optimiser ses coûts tout en améliorant la qualité de ses visuels :

“Le plus gros bénéfice pour nous, a été la qualité des images, nous ne sommes pas des professionnels de la photo, et faire appel à des experts a vraiment amélioré la qualité de nos visuels et nos process.”

Les équipes de RAND ont ainsi pu se concentrer sur d'autres tâches, tout en bénéficiant du professionnalisme et de l'expertise de Quais de l'Image.

Le cas Rodier

Témoignage de **Valérie Attard**,
directrice de la marque de Rodier



3ème année de
collaboration



Livraison par lot
de collection,
Multi-formats
(*E-commerce,*
Marketplace,
Animation Commerciale,
Réseaux sociaux)



650 à 700
références
(*env.*) / *an*

Actions :



Photos de
produits portés



Édito



Marketplaces



Packshot
de produits



Natures
mortes

RODIER

RODIER

La directrice de la marque Rodier, Valérie Attard, a partagé son expérience de collaboration avec Quais de l'Image lors d'une interview. Celle-ci mentionne que **“tous les KPIs ont progressé depuis la collaboration avec Quais de l'Image”**. Elle souligne que

”

la synergie entre les équipes a permis ces résultats, ce qui montre l'importance de travailler avec un partenaire engagé et soucieux des performances”

Elle explique également que le processus de collaboration avec Quais de l'Image “a fluidifié les échanges et permis un gain de temps”. Valérie Attard a ajouté que les équipes de Quais de l'Image étaient dédiées à la marque et connaissaient parfaitement son univers, ce qui a aidé à **fluidifier les process et de shooter plus de photos avec un point de vue édito.**

Conclusion



En conclusion, les services de Quais de l'Image jouent un rôle clé dans **l'optimisation des fiches produits** et la **conversion des boutiques en ligne**. Les contenus pertinents et de qualité, tels que les photos portées, lookbook, packshots, zoom produit, les vidéos et les descriptifs produits, offrent aux consommateurs une vision détaillée des produits, facilitant ainsi leurs décisions d'achat et leur envie de se projeter avec des looks complets grâce au **cross selling**.

Les collaborations durables avec des marques telles que Jules démontrent les avantages de travailler avec un prestataire unique et global pour **optimiser les coûts, réduire le time to market, améliorer la logistique et assurer la qualité des contenus**. Les résultats obtenus tout au long de la collaboration avec Quais de l'Image, tels qu'une **meilleure conversion, une augmentation du temps passé sur le site et**

une réduction du taux de rebond, confirment l'importance des visuels et des descriptions de qualité dans l'amélioration de l'expérience utilisateur et des ventes.

Par ailleurs, la rapidité de mise en ligne des nouveaux produits revêt une importance capitale pour demeurer compétitif sur un marché tendu. Quais de l'Image se distingue en proposant une solution de gestion de contenus et des processus qui permettent une **délivrabilité des contenus multi-canaux en moyenne sous 48h**.

En collaborant avec des partenaires spécialisés et en adoptant des **processus flexibles**, les marques peuvent **gagner en efficacité** et se concentrer sur leur cœur de métier tout en bénéficiant de contenus de haute qualité, à leur image.



QI
Quais de l'image

quaidelimage.com



ECN

ecommerce-nation.fr

