



E-COMMERCE & SOLDES : 4 LEVIERS POUR TRANSFORMER LES PANIERS EN CHIFFRE D'AFFAIRES

Les périodes de soldes représentent jusqu'à 30 % du chiffre d'affaires annuel des e-marchands. Avec un taux moyen d'abandon de panier de près de 80%, on imagine facilement la marge de progression possible. Alors que les Fêtes de fin d'année ne sont pas encore passées, il n'est pas trop tard pour une mise au point et s'assurer que les bons processus sont en place pour faire face à cette période d'affluence. PayZen, le spécialiste du paiement internet, met en lumière 4 leviers pour augmenter la conversion.

Toulouse, le 15 Décembre 2015 – PayZen, spécialiste du paiement internet, propose de faire le point avant les soldes sur les bons leviers à activer pour permettre aux e-commerçants d'optimiser la conversion en ces périodes de très forte affluence sur leurs sites.

L'acte de paiement est toujours un moment délicat dans le parcours client. En périodes de soldes, qui affichent de forts pics de fréquentation, il est d'autant plus sensible. Si l'expérience n'est pas satisfaisante, si l'internaute n'est pas rassuré, s'il ne trouve pas le moyen de paiement adapté, il y a de grandes chances qu'il abandonne son panier. Offrir un parcours paiement sans obstacle n'est pas si aisé, notamment lorsqu'il s'agit de périodes de grande affluence.

1- L'arme fatale : Les facilités de paiement

Cette année les français vont dépenser en moyenne 230€ chacun pendant les soldes d'hiver. Les Fêtes de Noël auront vu leur budget fondre, aussi proposer du paiement en plusieurs fois sera essentiel pour satisfaire les internautes. Il fait sauter la barrière financière psychologique propre à tout acheteur. Sans oublier les achats de dernière minute relativement importants sur internet, pour lesquels il faut savoir accepter des moyens de paiement rapides tels que le paiement « One clic », également très adapté aux ventes privées, ou encore les Wallets, un autre levier pour fluidifier le paiement.

2- Ordinateur, mobile ou tablette : Pourquoi choisir ?

Les pages et les tickets de paiement doivent s'adapter non seulement au thème graphique du site marchand mais aussi au support utilisé : mobile, tablette, PC.... La personnalisation offre une plus grande cohérence et une meilleure expérience client. Plus de 30% des Français (51% pour les 18-24 ans) prévoient de faire leurs achats pendant les soldes via leur smartphone et environ 40% via une tablette. Il est donc essentiel pour les e-marchands de proposer un site en responsive design.

3- Une architecture performante : Pour gagner en sérénité

Du fait de l'augmentation forte du trafic sur les sites en période de soldes, il faut pouvoir vérifier la capacité de la plateforme de paiement à supporter cette montée en charge. Il est indispensable

que l'architecture des serveurs soit redondée et que les temps de réponse au moment du paiement ne subissent aucune variation. La solution de paiement doit aussi pouvoir proposer rapidement à l'internaute de rejouer le paiement en cas d'échec.

4- Fluidité et sécurité : Un équilibre délicat

Fluidifier est le mot d'ordre pour optimiser l'expérience client et mieux convertir. Le 3D Secure sélectif est un excellent moyen d'adresser cette problématique. Par exemple, il est possible de désactiver le 3D Secure pour les clients « connus & identifiés », pour les achats de faible montant. Mais attention, les fraudeurs tentent toujours leur chance ! Il faut donc définir des règles précises et y associer des actions (alerte, validation manuelles, refus, ...).

Sources Fevad / Mediamétrie / Critéo

A propos de Lyra Network

PayZen, solution de paiement sécurisé internet et mobile, est une marque du groupe Lyra Network. Les services proposées par Lyra Network sont agréées PCI DSS, Visa merchant Agent, GIE Cartes Bancaires. Fondée en 2001, Lyra Network sécurise les paiements du e-commerce et du commerce de proximité et développe des services à valeur ajoutée pour gérer au quotidien les transactions et les équipements. Société Fintech 100% française, basée à Toulouse, Lyra Network est présente à l'international avec des filiales en Algérie, Allemagne, Brésil, Chili et Inde. La R&D et le support technique sont basés à Toulouse. Le groupe compte 150 collaborateurs pour un chiffre d'affaires de 50 M€ en 2014.

Lyra Network en quelques chiffres :

- 1 paiement sur 2 en France passe par Lyra Network
- + de 5,5 milliards de paiement sécurisés et transmis en 2014
- + de 35 000 e-commerçants
- + de 1 500 000 terminaux de paiement dans le monde

<http://www.lyra-network.com>

<https://www.payzen.eu>

Contacts presse RP au carré :

Sandra Logut – sandra.logut@hotmail.fr

Carine Lennuyeux – carine.lennuyeux@rp-aucarre.com