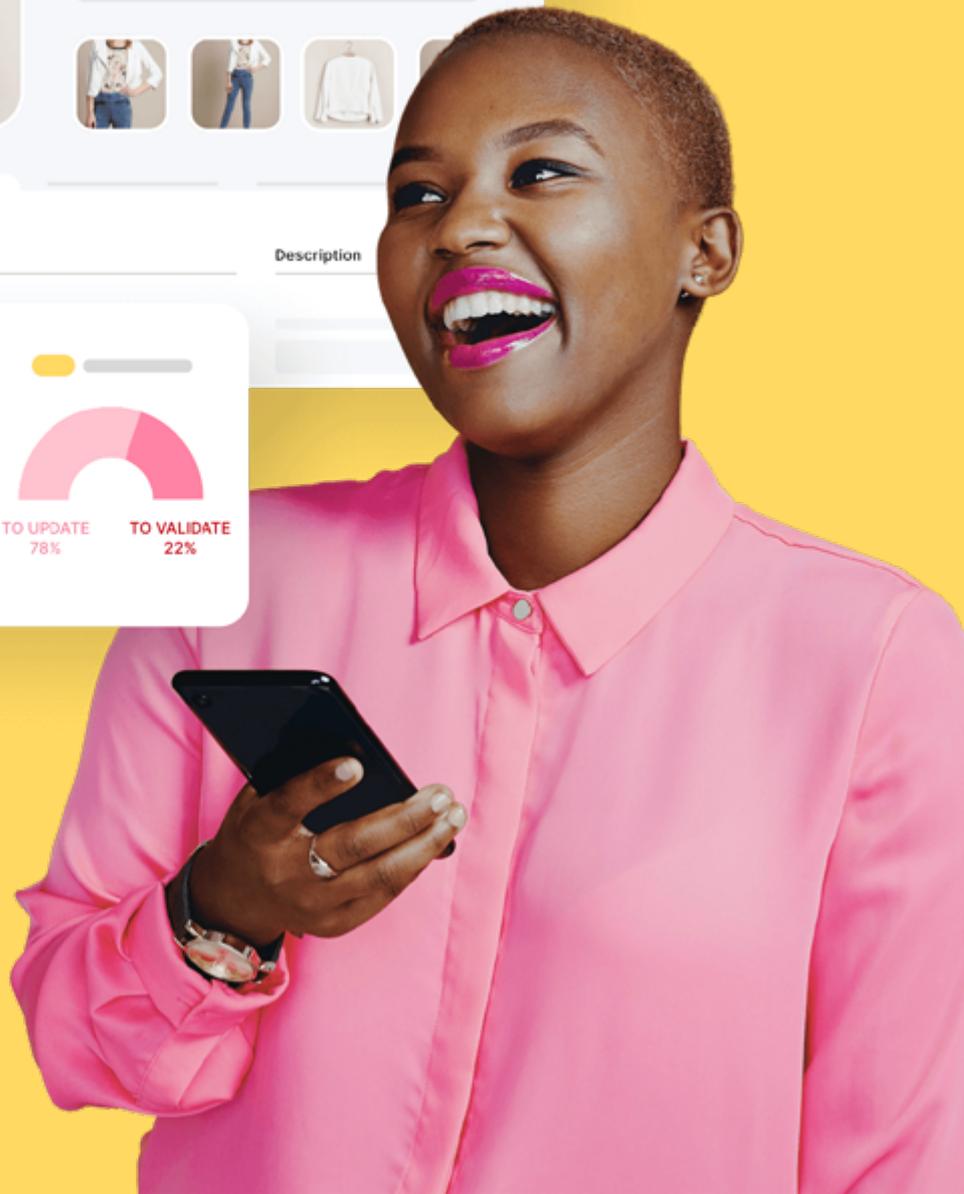
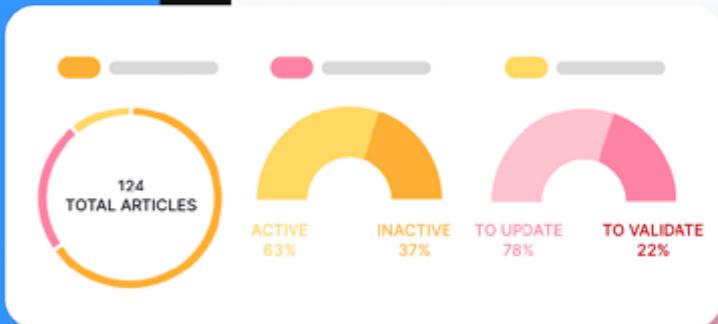
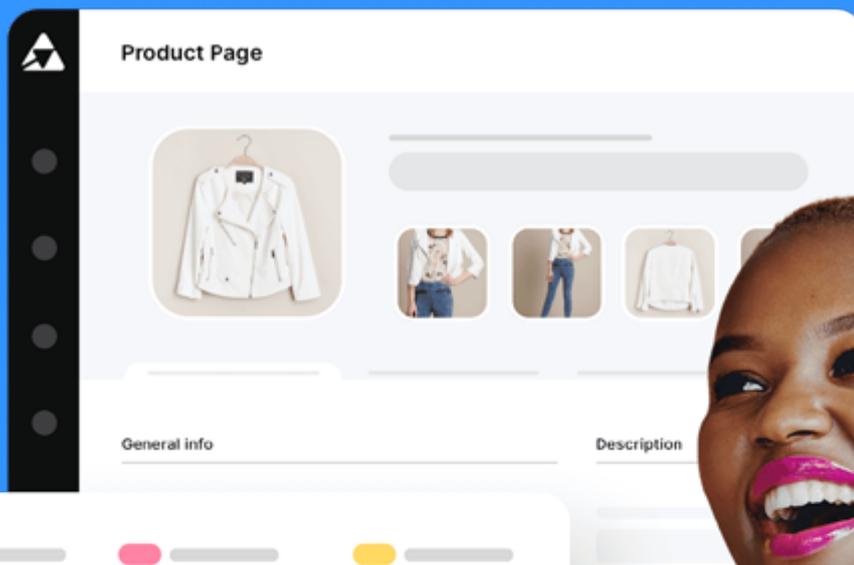




EBOOK

Le guide ultime pour des fiches produits de qualité



Au programme

01

Faites de vos fiches produits
un levier de croissance

p3



02

L'importance d'une
fiche produit de qualité

p4



03

Les bonnes pratiques pour
la création d'une fiche produit

p7

04

Zoom sur le PIM : un outil efficace
pour améliorer vos fiches produits

p10

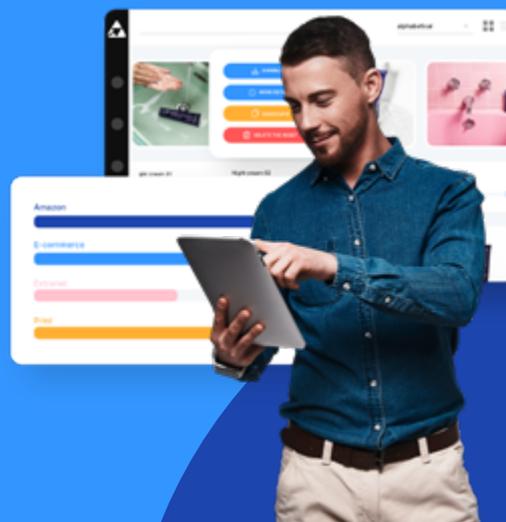
05

En bonus : se lancer dans
le projet PIM en 3 étapes

p11



Faites de vos fiches produits un levier de croissance



Le e-commerce prend une part de plus en plus importante dans les habitudes des consommateurs depuis une vingtaine d'années maintenant. Entre 2014 et 2020 en France, le chiffre d'affaires réalisé sur ce canal de vente a quasiment doublé, selon une étude de la Fevad*.

Un événement récent est venu booster encore davantage le commerce en ligne : la pandémie de Covid-19.

Kantar – spécialiste des études de marché – indique que le e-commerce a progressé de 41 % sur la seule période avril-juin 2020, par rapport à l'année précédente. Dans plusieurs pays (comme la France, l'Espagne, la Chine ou le Royaume-Uni), la part de marché des ventes e-commerce a bondi de presque 4 points, pour atteindre en moyenne 12,4 %.

Conséquence ? **La transformation digitale et numérique s'est accélérée du côté des entreprises**, qui n'ont eu d'autre choix que de s'adapter. C'est d'ailleurs ce que confirment 97 % des décideurs en entreprise interrogés dans le cadre du rapport Twilio sur « la transformation numérique des entreprises et leur stratégie d'engagement client en temps de Covid-19 ».

Se démarquer pour convaincre

En e-commerce, plusieurs facteurs peuvent influencer un acheteur... Et pour se démarquer d'un concurrent, **la fiche produit est un élément déterminant**. Indispensable pour rassurer l'internaute, l'informer et le convaincre de passer à l'action, elle se doit d'être irréprochable.

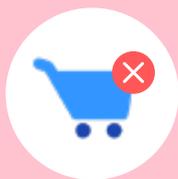
Suivez le guide pour créer des fiches produits de qualité, à tous les coups !

*Fevad : Fédération du e-commerce et de la vente à distance

L'importance d'une fiche produit de qualité : ce qu'il faut savoir



La fiche produit, un élément essentiel dans la décision d'achat



30 %

des internautes ont déjà abandonné un panier à cause d'une fiche produit incomplète.



25 %

des acheteurs dans le secteur de la mode ont déjà dû renvoyer un article à cause d'un mauvais descriptif.



86 %

des clients ne réitéreront pas un achat sur un site dont les descriptifs produits sont mal renseignés.

En tant que consommateurs, nous avons tous été confrontés au moins une fois à de mauvaises fiches produits. Notre sentiment ? De la frustration, du temps perdu, et une confiance entamée.

Source : étude Shotfarm Product Information Report

Optimiser la gestion des informations produits

Ces erreurs en termes de descriptifs proviennent souvent de failles dans la **gestion de l'information produit en entreprise**. Cela engendre :

- des pages produits incomplètes et donc mal référencées sur les moteurs de recherche ;
- un risque d'erreur et de doublons ;
- une difficulté pour les équipes sales, marketing ou finance à analyser leurs performances.

3 erreurs à éviter dans la réalisation d'une fiche produit

#1 Ne pas mutualiser les données



Trop souvent, les organisations ont tendance à multiplier les sources de données, ce qui favorise le risque d'erreur.



« En un an et demi, j'ai réussi à devenir une pro des requêtes, des tableaux croisés dynamiques et des macros, car dans mon cas, gérer 15 comptoirs et 3 e-retailers signifiait 18 assortiments différents ! Une véritable usine à gaz qui demandait énormément de temps et de minutie si on voulait éviter la gaffe. »

Mathilde Petit, Cheffe de projet Trade Marketing



#2 Sous-estimer l'intérêt d'une bonne fiche produit



Il est essentiel de prendre conscience des **enjeux d'une fiche produit soignée**. Le processus de rédaction nécessite un vrai travail et demande d'y consacrer du temps. La fiche produit doit être pensée comme un contenu à part entière.

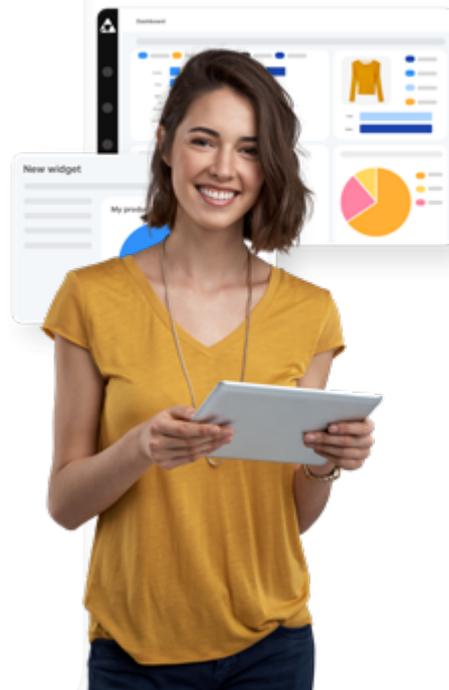


#3 Ne pas s'équiper d'outils adaptés, comme le PIM



Ne pas avoir de **PIM** lorsque l'on vend des produits en ligne, c'est s'exposer aux problématiques du commerce en permanence. Le **Product Information Management** (PIM), est un logiciel qui permet :

- de centraliser et de gérer les informations produits pour une diffusion omnicanale ;
- de déployer rapidement et simplement de nouveaux canaux de vente (y compris à l'international) ;
- de créer des fiches produits qualitatives et optimisées pour les moteurs de recherche ;
- un délai de commercialisation rapide (time to market de moins de 24 h) et un taux de retours produits réduit ;
- de booster l'efficacité et la performance des équipes.

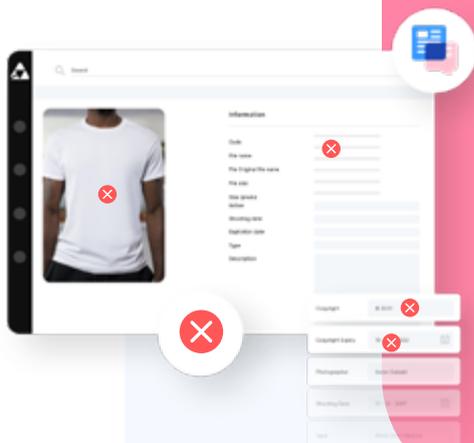


“

« Je vous laisse imaginer le nombre de fois ou des erreurs se sont glissées dans des fiches produits ou encore dans des prix à cause d'un bug ou d'une mauvaise communication. »

Mathilde Petit, Cheffe de projet Trade Marketing

”



Les bonnes pratiques pour la création d'une fiche produit



Les 5 critères de qualité de la data produit

Une information produit de qualité doit être :

1

SÉCURISÉE

Les données sont gérées et contrôlées par des utilisateurs définis et formés (les administrateurs), et par la DSI, pour éviter tout risque d'altération.

2

UNIQUE

Les différentes sources de données produits sont centralisées au sein d'une même plateforme.

3

FIABLE

Le descriptif du produit est renseigné de manière pertinente et cohérente sur tous les canaux de vente.

4

PARTAGEABLE

Les collaborateurs peuvent accéder aux informations produits et les communiquer aussi bien en interne qu'auprès des partenaires.

5

VISIBLE

Les fiches produits sont optimisées pour les moteurs de recherche, quelle que soit leur forme (texte, image ou shopping).



Les 4 piliers d'une fiche produit réussie

#1 La présence d'infos clés

En magasin, le client peut voir le produit et bénéficier de conseils. En ligne, l'expérience d'achat est complètement différente : l'acheteur se retrouve seul face à son écran et n'a pour informations que celles partagées dans la fiche produit. Elle doit donc être parfaitement renseignée pour rassurer l'internaute :

Informations essentielles

- ✓ Nom
- ✓ Description
- ✓ Marque
- ✓ Prix
- ✓ Modalités de livraison et retours
- ✓ Composition ou ingrédients
- ✓ Lieu de provenance

Ajouts selon les spécificités du produit

- ✓ Conditions d'utilisation du produit
- ✓ Consignes d'entretien
- ✓ Autres accessoires inclus
- ✓ Déclinaisons (couleur, taille, etc.)
- ✓ Caractéristiques techniques (pour les appareils informatiques, technologiques ou électroménagers par exemple)
- ✓ Guide des tailles pour les vêtements et chaussures
- ✓ Labels éthiques

#2 La qualité de la description

Une fois le client en possession des informations clés, vous devez l'aider à se projeter. C'est l'objet du **descriptif produit**, dans lequel sont listés tous les **bénéfices attendus**.

La description doit être parfaitement rédigée et ne doit contenir aucune erreur de grammaire, de typographie ou de syntaxe. Elle doit être également **optimisée pour le référencement naturel** grâce à des mots-clés et une structure adéquate.

#3 La longueur du texte

Idéalement, la description doit être comprise entre 350 et 400 caractères.

#4 La présence d'un asset média

Les visuels ont un rôle majeur dans la décision du consommateur. 56 % d'entre eux s'y intéressent en premier lieu ! La fiche produit doit donc comporter **au moins une photo de bonne qualité**.

Le mieux reste de proposer plusieurs visuels sous différents angles, voire une **vidéo** pour maximiser l'impact.



Zoom sur... le PQS

Vous avez déjà des centaines de fiches produits sur votre site, et vous ne savez pas par où commencer pour évaluer leur qualité ? **Testez-les grâce à notre PQS !**

Votre score en détails

Sur la base de 555 produits.



Nos recommandations

Pour améliorer votre score et ainsi la performance de votre site.

✓ La longueur optimale de description est comprise entre 350 et 400 caractères

✓ Vos descriptions doivent comporter des éléments d'information sur leurs compositions, fabrication et leur utilisation

✓ Si possible, les fiches doivent contenir au moins 3 images et ne pas dépasser 500 Ko

✓ L'orthographe de vos fiches produit doit être systématiquement vérifiée lorsqu'elles sont publiées

Le **Product Quality Score** a été développé spécialement par les Data Scientists de Quable, et permet de traiter jusqu'à 500 fiches produits en une fois. En quelques clics, vous accédez à un rapport complet sur la qualité de vos fiches.

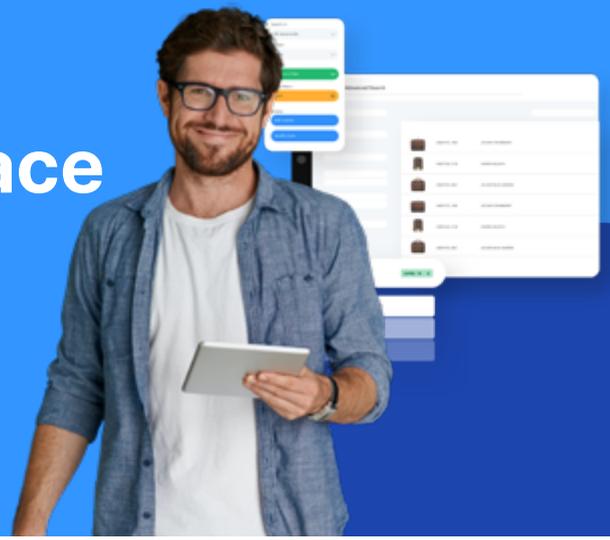
Cet outil, **100 % gratuit**, vous permet :

- ✓ d'obtenir une notation sur quatre critères ainsi qu'une moyenne, pour un état des lieux clair et rapide ;
- ✓ de mettre en place les actions correctives appropriées grâce à des indicateurs concrets ;
- ✓ de définir une stratégie pour améliorer les performances et le positionnement de votre site, grâce à des recommandations adaptées par secteur ;
- ✓ de favoriser la gestion collaborative en diffusant l'information dans un PIM, pour un gain de productivité dans les équipes.

Je veux calculer mon score !



Le PIM : un outil efficace pour améliorer vos fiches produits



Ne passez plus par quatre chemins pour assurer la qualité de vos fiches produits ! Quable a développé son PIM (Product Information Management) pour gérer l'information produit de A à Z.

Ce logiciel va vous permettre de centraliser toutes les informations produits et de les rendre accessibles à tous vos collaborateurs. À la clé : **des données fiables et sécurisées** !

L'utilisation du PIM Quable permet aujourd'hui à nos clients :

- une augmentation de leur chiffre d'affaires en ligne de **20 % en moyenne** ;
- un temps consacré à la gestion produit divisé par **2 pour les équipes** ;
- une mise en ligne des nouveaux produits ultra-rapide : **24 h en moyenne**.



En bonus

Se lancer dans le projet PIM en 3 étapes



Étape 1

Faire un audit PIM de votre entreprise

Si vous vous questionnez sur la **gestion de votre catalogue produit**, il est temps de faire un premier bilan rapide ! L'un de nos experts vous contactera gratuitement par téléphone afin de faire un premier état des lieux. Vous repartirez de cet entretien avec des pistes concrètes et sur-mesure pour optimiser votre gestion des données produit.

[Je demande mon audit PIM gratuit](#)

Étape 2

Cadrer le projet

Déterminer un Data-Model (modèle de données)

Le Data-Model est la première pierre de votre édifice PIM. Il s'agit d'identifier les critères spécifiques à vos produits, afin de déterminer la meilleure façon d'**enrichir et de diffuser les données**.

Vous pouvez également choisir de regrouper vos informations par entités. Dans ce cas, il est possible de construire des liaisons entre les données pour créer un véritable écosystème.

Établir la cartographie des données

La cartographie est essentielle dans le **succès de la gestion de votre projet**. Ce document répertorie tous les flux d'informations produits, d'où ils proviennent et quelle est leur destination. Cela permet aux key users de comprendre la manière dont l'information est organisée dans le PIM.

Construire un workflow

Le workflow permet d'**identifier tous les utilisateurs du PIM** et de définir leurs rôles à chaque étape, jusqu'à la diffusion des informations vers vos canaux de vente.

Pour aller plus loin, téléchargez notre ebook
« Méthodologie pour cadrer une solution PIM :
les 4 étapes clés ».

[Je veux voir l'ebook](#)



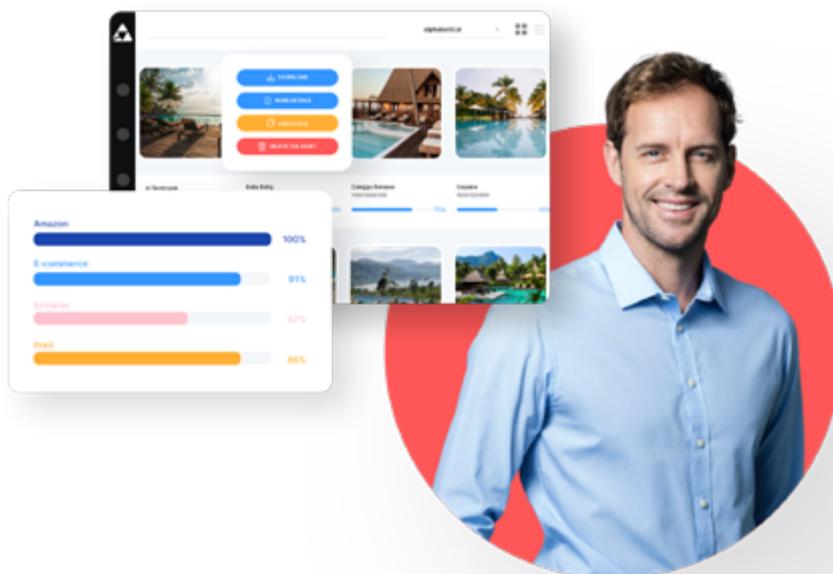
Étape 3

Bien choisir sa solution

Une gestion optimale de vos données tient aussi dans la qualité des services associés à l'outil. Choisissez donc une solution :

- > **UX friendly** : une interface simple et intuitive qui engagera tous vos collaborateurs.
- > **SaaS** : un logiciel sécurisé, mis à jour en temps réel, accessible depuis n'importe où et n'importe quand.
- > avec un **suivi personnalisé** : un accompagnement professionnel par des experts pour faciliter la prise en main de l'outil et se l'approprier rapidement.

C'est dans cet esprit que Quable a développé sa **solution PIM / DAM** : en réunissant tous ces critères, vous mettez toutes les chances de votre côté pour concevoir des fiches produits optimisées et efficaces.



Pour conclure...

Dans un contexte où le e-commerce prend le pas sur les ventes physiques, il est important pour les entreprises d'offrir une expérience d'achat en ligne fiable et efficace à leurs clients.

La fiche produit joue un rôle essentiel dans cette expérience ! Pour garantir des descriptifs de qualité, le **PIM est un allié de taille** : une gestion de données produits facilitée, des informations fiables et complètes, et une mise en ligne simplifiée.

Vous voulez vous assurer que vos descriptions de produits sont irréprochables ? Laissez-vous guider, demandez votre PQS et bénéficiez de conseils concrets et immédiats pour optimiser vos fiches produits.

[J'analyse mes fiches produits !](#)



www.quable.com - 01 82 83 16 56