

Reciblez, reciblez, reciblez

Les acheteurs du Black Friday ont une durée d'attention incroyablement courte et compareront les bonnes affaires sur de multiples boutiques en ligne et les prix sur des comparateurs de prix. Mais la bonne nouvelle est que même s'ils quittent votre site, tout n'est pas perdu pour vous. Surtout si vous avez mis en place les pop-ups récoltant des données mentionnés dans le point précédent.

La réponse, sans aucun doute, est le reciblage ou retargeting, consistant à revenir vers le visiteur ayant interacté sur votre site soit avec un Call to action standard (incitant dans ce cas, à retourner sur vos soldes Black Friday ou Cyber Monday), soit avec un rappel des articles spécifiques pour lesquels ils avaient montré de l'intérêt. Cela peut être mis en place via e-mails, Facebook ads ou campagnes Display. D'ailleurs les campagnes Display montrent d'ordinaire des taux de clics entre 0,05 et 0,1%, les campagnes de reciblage ont doublé leur efficacité avec un taux de clics moyen de 0,2%¹³.

Mais retenez bien, c'est l'histoire d'une journée alors adaptez vos cycles de retargeting en conséquence, en utilisant la période la plus courte possible. Cela ira sûrement à l'encontre de vos habitudes de ne pas spammer les gens, mais tout est permis pour ces quelques jours ! Les acheteurs sont préparés au chaos et la concurrence sera féroce, seulement les braves et téméraires gagneront cette quête aux bonnes affaires. Prenez l'exemple des e-mails d'abandon de panier, généralement vous attendez quelques heures ou même quelques jours pour rappeler aux abandonnistes les produits qu'ils étaient sur le point d'acheter, mais pour Black Friday vous pouvez vous permettre de réduire cette attente à trente minutes afin d'éviter qu'ils n'aillent autre part.

Les campagnes de reciblage ont doublé l'efficacité des simples campagnes Display avec un taux de clics moyen de 0,2%¹³.





Volcom opte pour le reciblage sur Facebook avec des articles ajoutés au panier puis abandonnés.



Votre activité pourrait profiter d'un boost après la saison des soldes ?

La personnalisation pourrait être la solution. Pourquoi ne pas contacter l'un de nos spécialistes e-commerce pour en apprendre plus ?

DEMANDEZ-UNE-DEMO