



“opinionway”

Formulaires online

Comprendre les enjeux, optimiser votre taux de conversion

Jeudi 12 juillet 2007




Methodologie

Etude quantitative

▶ Réalisée par OpinionWay et Valtech, selon la méthode des quotas, entre le 14 et 16 novembre 2006 auprès de 997 internautes, échantillon représentatif de la population française de 18 ans et plus

▶ Mode d'interrogation : interrogation en ligne sur système CAWI auprès des internautes de Newpanel


- 
- ▶ Mesurer les difficultés rencontrées sur les formulaires
 - ▶ Connaître les perceptions et les attentes

Etude qualitative

▶ Etude qualitative réalisée par OpinionWay et Valtech auprès d'un échantillon de 10 internautes entre le 28 et 30 novembre 2006

▶ Mode d'interrogation : entretiens individuels semi directif en face à face d'une heure

▶ Corpus de sites : Rueducommerce, Cdiscount, Fnac, Amazon, PIXmania, Ebay, Priceminister, 3 Suisses, La Redoute, Keljob, Vedioorbis, Voyages-sncf.com, Lastminute, Ooshop, Telemarket, Sofinco, Cetelem, AGF, Glowria, Alapage, Camif, Télérama

- 
- ▶ Comprendre les comportements vis-à-vis des formulaires, les freins vécus
 - ▶ Recueillir les axes d'optimisation





“opinionway

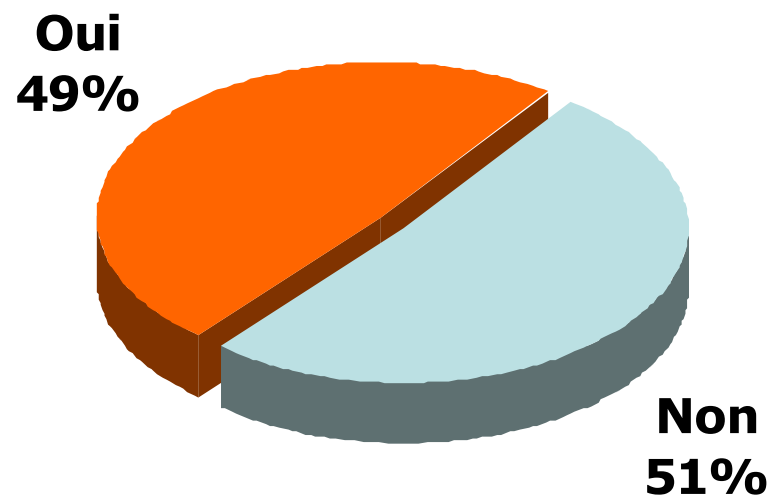


Résultats

Le taux d'abandon

Q1 : Au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé d'abandonner l'achat en ligne d'un produit ou la souscription à un service à cause de difficultés rencontrées pour remplir le formulaire en ligne

Base = 997



L'abandon est plus fréquent auprès des plus âgés :

Moins de 25 ans = 38%

25-34 ans = 47%

35-49 ans = 51%

50-59 ans = 53%

Et des hommes :

Hommes = 51%

Femmes = 47%

Et des CSP C :

CSP B = 45%

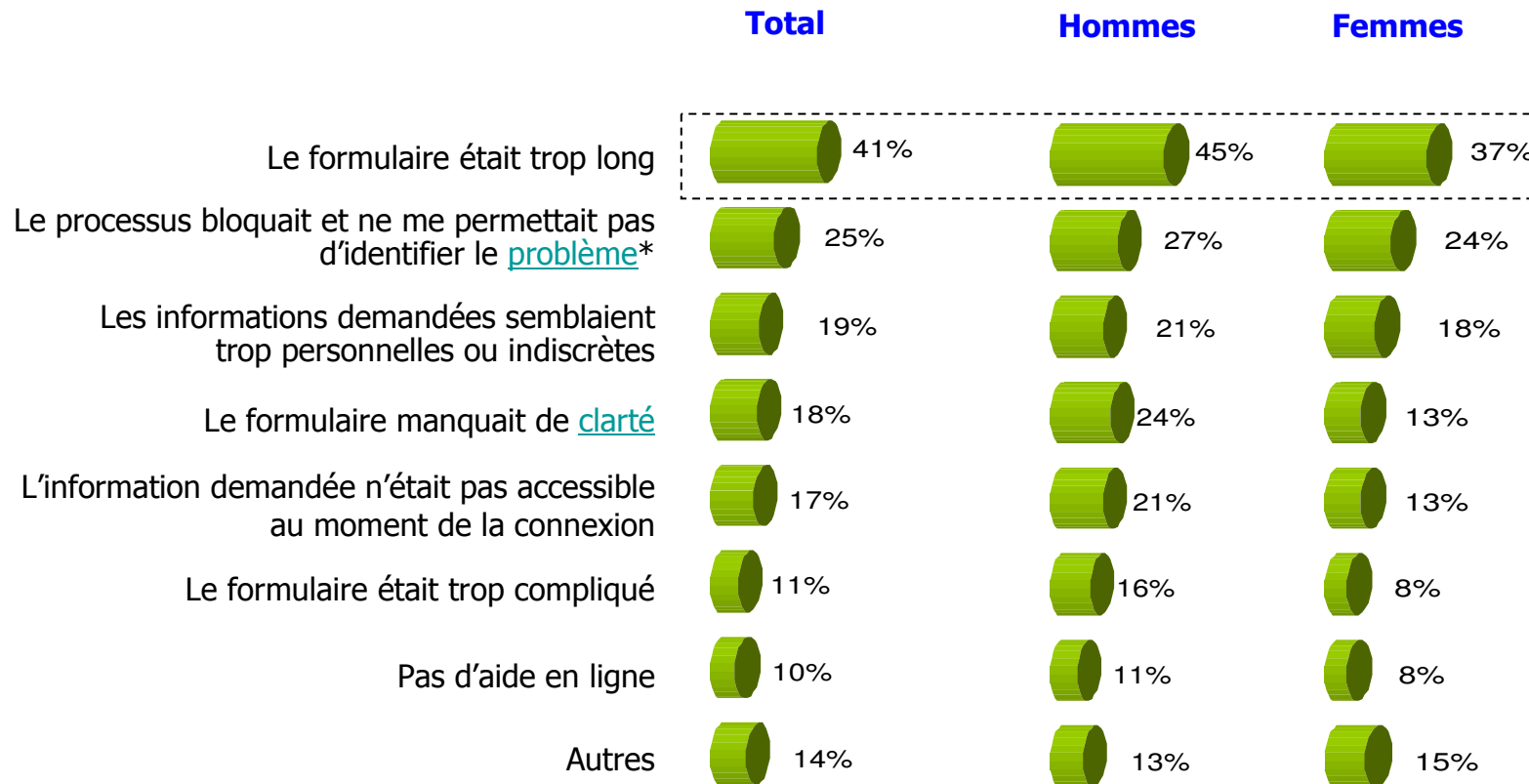
CSP A = 48%

CSP C = 51%



Les difficultés rencontrées

Q2 : Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées ?

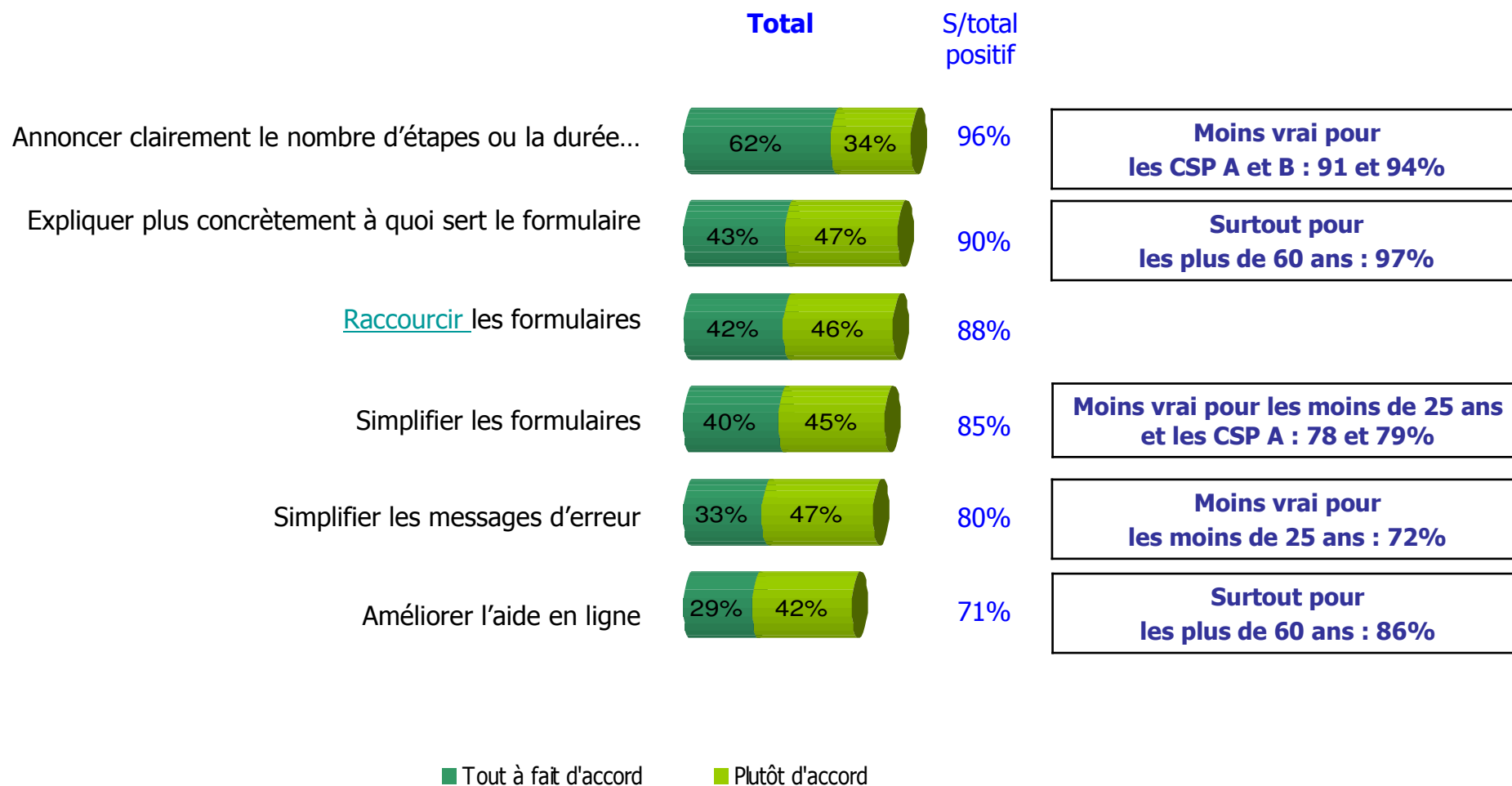


Pour les plus âgés, l'incompréhension du blocage est tout autant une difficulté que la longueur du formulaire : 27%

*Les items soulignés donnent accès à un extrait vidéo si vous cliquez dessus

Les axes d'amélioration

Q5 : Pour chacune des améliorations suivantes, dites si elle vous semble très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout importante ?



Les 5 zones de leviers d'action

- 1. Le guidage** (manque de consigne, de clarté, d'organisation)
- 2. La gestion des erreurs** (message obscur ou incompris, comment rebondir)
- 3. Le zoning** (la gestion de l'espace en adéquation avec la logique utilisateur)
- 4. Les champs de saisie** (favoriser ou non la fluidité du processus)
- 5. Le feed back utilisateur** (écouter et comprendre ses attentes)

