

9 août 2021

Il suffit de peu pour qu'une envie d'achat soit stoppée nette en plein élan.

Anna règle ses achats en ligne de préférence par carte de crédit. Si le vendeur ne propose pas son moyen de paiement privilégié ou si la saisie de ses données s'avère compliquée, elle n'hésite pas à aller voir ailleurs.

Il n'y a rien de plus agaçant pour un commerçant que de voir un chariot plein à craquer abandonné devant sa caisse. Pour le commerce en ligne, le fait de ne pas avoir à ranger la marchandise qui n'a pas été réglée n'est qu'une faible consolation. Des taux élevés d'abandon d'achat sont un signal d'alarme. Tout commerçant doit réfléchir à ce qu'il pourrait améliorer pour que la prochaine fois, Anna n'aille pas voir ailleurs.

Payer n'a rien d'extraordinaire.

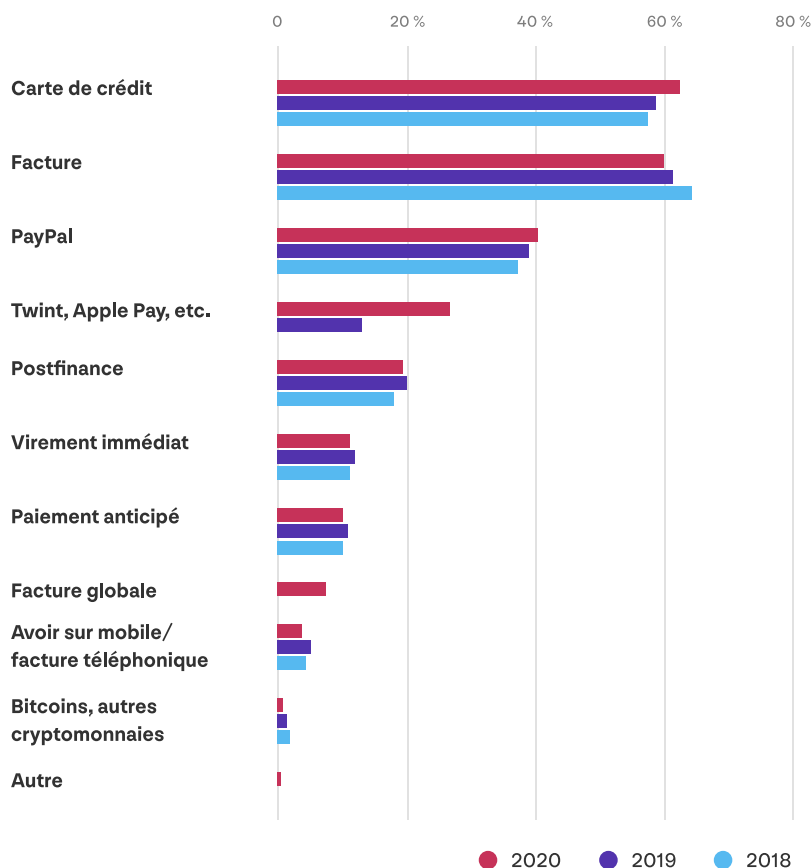
Même si Anna trouve immédiatement l'option carte de crédit au moment de régler ses achats, elle peut encore voir son envie d'achat sabotée juste avant de valider son achat. Pour elle, le fait de ne pas pouvoir saisir manuellement la date d'expiration de sa carte de crédit mais de devoir faire défiler laborieusement toutes les dates est rédhibitoire. Et si le système ne l'informe pas immédiatement qu'elle s'est trompée de chiffre en tapant le numéro de sa carte de crédit, elle ne s'en donnera pas la peine une seconde fois.

La procédure de paiement influe sur le taux d'abandons.

Par la suite, Anna ne saura pas expliquer pourquoi elle a quitté la boutique en ligne sans valider son achat. Lors du paiement beaucoup de choses se font inconsciemment. L'ibi research menée par l'Université de Regensburg se penche dans son étude «Erfolgsfaktor Payment» (paiement, le facteur de réussite) sur les facteurs qui influent sur le taux de réalisation des achats dans le commerce en ligne, et arrive à la conclusion qu'il s'agit: du canal de paiement, en plus du montant du prix de vente, de la fiabilité de la livraison et de la protection de l'acheteur.

Eviter les écueils au moment de passer à la caisse.

L'homme est un animal qui a ses habitudes. Comme Anna, près des trois quarts des acheteurs en ligne ont un moyen de paiement préféré. En Suisse, selon une étude¹, la carte de crédit est le moyen de paiement le plus populaire pour les achats en ligne. Tout commerçant en ligne serait donc bien avisé de frayer le chemin d'Anna jusqu'au paiement et d'écarter tous les écueils qu'elle pourrait rencontrer au moment de payer pour qu'elle n'abandonne pas son panier juste devant la caisse.



Graphique: La carte de crédit dépasse la facture comme méthode de paiement préférée. Source: Wunderman Thompson (2020)

Optimiser le passage à la caisse pour faire baisser le taux d'abandon.

Voici les cinq erreurs à éviter au moment de passer en caisse et de régler ses achats par carte de crédit:

- Impossibilité de saisir manuellement la date d'expiration. Le menu déroulant ralentit et complique le processus de paiement.
- Pas de détection en temps réel de la saisie d'un numéro de carte de crédit erroné. En cas d'erreur, les données de la carte doivent être de nouveau saisies en intégralité.
- Expérience utilisateur insatisfaisante lors de l'utilisation des données de paiement enregistrées dans le navigateur (fonction de saisie automatique).
- Indication manquante permettant de trouver l'emplacement du numéro de contrôle (CVS) sur la carte.
- Pour la saisie depuis un appareil mobile, l'appareil ne commute pas automatiquement sur le clavier numérique. Cela rend le paiement mobile plus difficile.

Sources

- *ibi research (Universität Regensburg). 2020, février. Erfolgsfaktor Payment – Der Einfluss der Zahlungsverhalten auf den Umsatz. Consulté le 11 juin 2021, sur ibi.de.*
- *AllAboutPayment. 2020, janvier 15. Studie: Online-Händler machen beim Kreditkarten-Checkout im Schnitt 3,81 Fehler. Consulté le 11 juin 2021, sur allaboutpayment.de.*
- *Wunderman Thompson. 2020, octobre. E-Commerce Studie 2020.*

Source (obligatoire):

ISK. 9 août 2021. *Il suffit de peu pour qu'une envie d'achat soit stoppée nette en plein élan.* Sur: www.lacartedecredit.ch.