

FICHE RESSOURCE N°7

COMMENT RÉALISER UNE FICHE PRODUIT DANS UN CADRE OMNICAL ?



Une bonne fiche technique produit vous fera gagner un client car elle fait avancer le visiteur dans votre tunnel de vente ou entonnoir (tout ce qu'il se passe entre

- **le point A** : moment où il entre en contact avec notre marque pour la 1ère fois, et
- **le point B** : moment où il va réaliser la conversion acheter, s'inscrire...)

Étape 1 : la réflexion

La bonne fiche produit n'existe pas, elle dépend de votre marque et de vos clients :

Quelle est la stratégie de vente de votre marque

Quelles questions peut se poser votre cible une fois qu'elle se trouve sur votre page produit ?

La fiche produit doit suivre l'argumentaire de vente et se montrer rassurante afin que le client n'ait plus qu'à cliquer sur le bouton ajouter au panier.

Étape 2 : la structure fiche produit

C'est une fiche descriptive d'un produit à vendre avec plusieurs éléments textuels et visuels dont l'objectif est de convaincre le visiteur : (nom du produit, la marque, une ou plusieurs images, le prix, les couleurs, les formats, les dimensions, la composition, l'origine, le code produit, les conseils d'entretien, avis clients, recommandations, facilités de paiement, informations livraison, un bouton ajouter au panier...)

Étape 3 : le bon *template* de fiche produit

Vous devez choisir ensuite le bon modèle ou le bon thème de votre fiche technique.

Pensez au design de votre page. La première impression est capitale pour convertir. Votre page produit doit être claire, attrayante et on doit tout de suite saisir l'intérêt du produit.

Étape 4 : la rédaction de la fiche produit :

Le nom du produit

C'est une fiche descriptive : le nom doit donc décrire ce que les gens recherchent dans les moteurs de recherche.

Ne mettez pas de superlatifs ou de mots inutiles.

La photo du produit

La fiche produit nécessite au moins une photo : impossible de vendre sans image produit. La photo produit e-commerce se trouve toujours à gauche car c'est là que le regard de l'internaute se pose en premier. Le fond blanc est recommandé et n'hésitez pas à faire des zooms sur les détails de la qualité du produit.

Vous pouvez aussi insérer une vidéo démo du produit.



La description du produit : dans une fiche descriptive :

- **Rédigez un texte fiche produit** : vous allez décrire le produit, ses fonctions, sa provenance, c'est en quelque sorte un argumentaire de vente. Il s'agit de valoriser le produit et de mettre en avant ses avantages et principales caractéristiques.
- **Faire un résumé des caractéristiques du produit** : sur certains sites, pour certaines cibles, il sera plus judicieux de faire une liste de caractéristiques produits, sous forme de liste à puces.

L'avantage principal de la description de la fiche produit est de répondre aux clients potentiels et ainsi de limiter les réclamations.

Soyez clair dans la description du produit.

Étape 5 : les éléments *incentives* de la fiche produit

Rappelez-vous, chacun de ces éléments n'a qu'un seul objectif : vendre.

Le call to action : c'est le bouton « acheter » il est obligatoire. (Acheter, acheter maintenant, mettre dans le panier, ajouter au panier, j'achète, commander...

Le bouton acheter se situe toujours sur la droite au niveau de la photo, il doit se voir tout de suite.

En résumé que mettre dans la fiche produit ? Au minimum les éléments suivants :

- Un nom descriptif
- Des images ou vidéos réalistes et de qualité
- Des informations techniques : entretien, utilisation, composition...
- Un descriptif avec des mots clés
- Toutes les réponses aux questions de vos clients
- Un bouton d'achat visible
- Le prix
- Les informations de livraison
- Les recommandations de produits
- Les avis clients

Vous avez maintenant toutes les clés pour concevoir une page produit efficace.

Source : <https://www.oberlo.fr/blog/fiche-produit>

