

Chapitre 29 : La constitution du panier jusqu'à la livraison

L'entonnoir de conversion

L'**entonnoir (ou tunnel) de conversion** désigne les étapes permettant de faire passer un internaute du statut de simple visiteur à celui de client. Il comprend quatre phases :

- **La découverte** : l'internaute arrive sur le site (via une recherche, une publicité, un réseau social)
- **L'évaluation** : il consulte les produits, compare les offres
- **La décision** : il ajoute au panier et passe commande
- **La fidélisation** : il revient et recommande le site

Pour améliorer son processus de vente, l'entreprise doit suivre des indicateurs clés : le **nombre de conversions** (achats réalisés), le **taux de conversion**, le **nombre d'abandons de panier** et le **nombre de visiteurs ayant acheté**.

La constitution et la validation du panier

Pour que l'internaute puisse constituer son panier d'achat, le site doit :

- Indiquer les **caractéristiques détaillées** des produits et leur **disponibilité**
- Préciser le **délai d'expiration** du panier
- Donner la possibilité de **choisir la quantité** et de faire des présélections
- Permettre de **retirer ou ajouter** des articles facilement
- Proposer de **conserver les articles favoris** pour un achat ultérieur

La création d'un compte

Proposer une procédure simple

La création du compte client doit être simplifiée au maximum : demander d'abord l'adresse e-mail, puis le minimum d'informations nécessaires. Il faut automatiser la saisie lorsque c'est possible et laisser la possibilité de **commander sans créer de compte** (mode invité).

Respecter la protection des données

L'entreprise doit être en conformité avec les exigences de la **CNIL** et du **RGPD** :

- **Consentement explicite et spécifique** (*opt-in*) avant toute collecte
- **Information sur la durée de conservation** (3 ans conseillés pour les données clients)
- **Droits d'accès, de rectification et d'opposition** accessibles et clairement indiqués
- Procédures claires et accessibles pour l'utilisateur

Le choix des modalités de livraison

Les frais de livraison représentent l'une des premières causes d'abandon de panier. Pour les limiter, le site doit :

- **Proposer différentes modalités** de livraison (domicile, point relais, retrait en magasin)
- **Réduire au maximum le coût** ou offrir les frais de port à partir d'un certain montant
- **Respecter les obligations légales** : indiquer la date limite de livraison, qui doit être postérieure à la date de commande en ligne

Fiche de révision

Vocabulaire clé

- **Entonnoir de conversion** : Modèle en quatre étapes (découverte, évaluation, décision, fidélisation) représentant le parcours de l'internaute depuis sa première visite jusqu'à la transformation en client fidèle.
- **Tunnel d'achat** : Parcours technique suivi par l'e-client entre le clic sur « Ajouter au panier » et le message de confirmation d'achat (récapitulatif, connexion, adresse, livraison, paiement).
- **Compte invité** : Fonctionnalité permettant de passer commande sans créer de compte permanent, en ne demandant que les informations strictement nécessaires à la livraison et au paiement.
- **Authentification forte** : Mécanisme de sécurisation des paiements imposant au moins deux facteurs de vérification parmi connaissance (code PIN), possession (smartphone) et inhérence (empreinte biométrique).
- **Wishlist** : Liste de souhaits permettant au visiteur de sauvegarder des articles favoris sans les ajouter au panier, facilitant un retour ultérieur pour l'achat.

Comparatif HTTP vs HTTPS

Critère	HTTP	HTTPS
Signification	Hypertext Transfer Protocol	Hypertext Transfer Protocol Secure
Chiffrement	Aucun (données en clair)	Données chiffrées via certificat SSL/TLS
Sécurité	Données interceptables par des tiers	Connexion sécurisée entre navigateur et serveur
Confiance	Pas de cadenas dans la barre d'adresse	Cadenas visible, inspirant confiance
SEO	Pénalisé par Google	Favorisé par Google dans le référencement
Usage recommandé	Sites sans données sensibles	Tout site, obligatoire pour l'e-commerce

L'essentiel à retenir

- L'entonnoir de conversion comporte quatre étapes : découverte (attirer la cible et capter l'attention), évaluation, décision et fidélisation.
- Le compte invité (« commander sans compte ») réduit les abandons de panier en limitant les informations à fournir et permet de commander rapidement.
- Le vendeur en ligne engage sa responsabilité dans l'exécution de la livraison, y compris en cas de défaillance du transporteur.
- La protection des données personnelles impose le consentement express (opt-in), l'information sur la durée de conservation et le respect des droits d'accès, de rectification et d'opposition (RGPD).
- La sécurisation des transactions repose sur trois piliers : le protocole HTTPS (chiffrement), la protection par l'opérateur de paiement et l'authentification forte DSP2 (deux facteurs parmi connaissance, possession, inhérence).