



Page de vente - Gilet réversible Cadot

Attention aux points de fuite.

Ici les réseaux sociaux sont inutiles, car le prospect est déjà présent sur le site. Le prochain stade est l'achat.

Le fait de les renvoyer vers les réseaux sociaux est comme faire marche arrière.

Livraison gratuite dès 100 euros d'achats

MON COMPTE



CADOT
PARIS

ACCUEIL

SHOP ▾

MAGAZINE

CADOT

POINTS DE VENTE

OUTLET



Il y a un gros point de fuite en haut de la page. Même si tu ne perds pas beaucoup en conversion pour le moment, tu le ressentiras quand tu auras plus de trafic.

Certains peuvent penser (et ils ont raison) que des prospects bloquent parfois devant un achat et qu'on peut les aider à prendre une décision.

Les réseaux sociaux n'est pas une solution car tu ne contrôles pas le trafic qui y passe. Donc tu n'auras pas la possibilité de les ramener chez toi.

Solution ?

Ecrire plus, ajouter de la vidéo, des images, des idées de tenues (dans ce cas), du storytelling à propos des inspirations etc.. dans la page produit !

Si quelqu'un tombe sur la page produit, faire tout pour qu'elle y reste jusqu'à l'achat (peu importe si c'est un prospect chaud ou froid).

Guillaume porte une taille S pour 1m74 et 70 kg.

Top ça ! Tu pourrais même en ajouter une couche sur un paragraphe dédié avec toutes les questions qu'ils peuvent se poser : est-ce qu'on le choisit volontairement plus grand pour le porter avec un gros pull ? Passe-t-il facilement sous un manteau ?

Difficilement lisible.

Le gilet Dany

Le gilet DANY reprend la même coupe que le gilet BENNET mais il est réversible. Vous avez ainsi deux produits en un seul, deux matières différentes (laine et nylon) deux couleurs différentes à conjuguer avec vos tenues.

Un produit léger et agréable à porter toute l'année, compagnon idéal de vos voyages élégants. Sur une chemise ou un pull, sous une veste casual ou un costume ou encore un manteau, vous aurez une véritable protection permettant d'affronter les intempéries.

Même en été ?

C'est bien de donner des détails. Mais ce n'est pas développé c'est dommage. Dans l'idéal, il faudrait développer chaque argument plus bas dans la page pour que le prospect se projette une maximum.

Mot pas argumenté. Quelles intempéries ?

Attention ici. Pas clair pour les prospects qui ne te connaissent pas bien. Ils n'ont pas forcément la référence.

Comment ? Si tu l'expliques plus bas, dis-le.

Oui ! Dommage de ne pas développer cet argument. Qu'est-ce que je peux faire avec chacune des faces ?

C'est vraiment bien de donner des illustrations visuelles !

Réversible !

Tu pourrais aller plus loin en donnant le bénéfice de chaque face ou l'utilisation en fonction des différentes intempéries ou styles (pour les moins informés).



Côté laine légère.



Côté nylon déperlant.

Top ! Peut-être répondre directement à une question pour plus de lisibilité du type : comment la porter ?

STYLE

Le gilet Dany se glisse parfaitement entre une veste et une chemise. Il apporte une chaleur confortable, donne de la couleur à la tenue et remplit son rôle de **bodywarmer**. A vous de jouer avec ses deux couleurs pour dynamiser votre style !



Attention aux anglicismes qui ne sont pas clairs pour tout le monde.



DÉTAILS

Un gilet matelassé réversible matelassé en **ouatine**, habillé d'un **nylon déperlant italien Olmetex** et d'une **laine sèche tramée Vitale Barberis Canonico**, d'une **fermeture éclair avec un double curseur réversible YKK**.

Des lanières de cuir au logo de la **marque** habillent les curseurs.

Beaucoup de jargon pas expliqué. Le produit (pourtant simple) peut passer pour un produit inaccessible car pas compréhensible pour les personnes les moins informées de ta cible.

Notre gilet DANY se compose d'une face en nylon déperlant de la maison Olmetex et une face en laine légère de Vitale Barberis Canonico.

La plupart de tes clients connaissent ces maisons ?

Nous avons sélectionné une laine Super 120 de 230 g/m qui offre un excellent tombé, une jolie trame et un poids léger. Idéal pour la saison printemps-été, cette laine s'accorde parfaitement avec la finesse du nylon de l'autre face.

C'est quoi une trame ?

Pourquoi du nylon ?

Une laine Super 120

Jargon également. Quel est le bénéfice principal de la laine super 120 ? Remplacer le titre par le bénéfice principal comme "laine chaude et respirante"

Nous ? Dans tes mails tu dis je ou nous ? Continuer à parler de la même manière sur les pages de vente :)

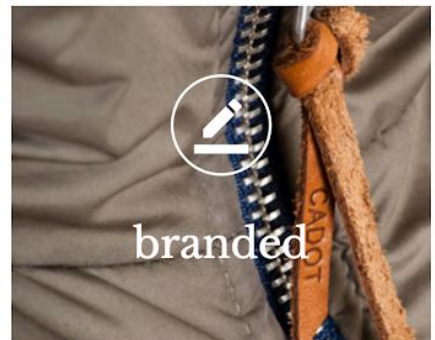
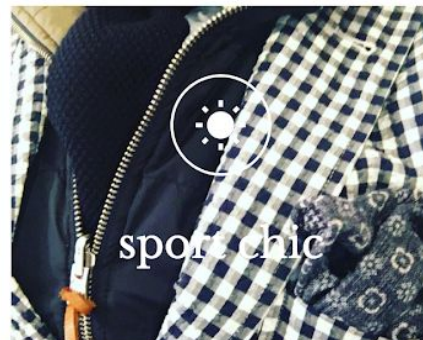
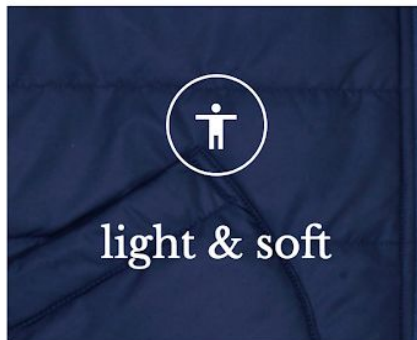
Avec le gilet Dany, nous voulions montrer qu'un vêtement matelassé peut être aussi fonctionnel et élégant en nylon. Et que les matières synthétiques ne sont pas à écarter dès lors qu'elles sont bien choisies.

Nous travaillons avec la société italienne Olmetex qui réalise ses collections « made in Como », proposant des tissus de qualité avec des traitements techniques. Notre sélection de nylon est mate, avec des couleurs profondes et bénéficie d'une finition déperlante pour affronter les intempéries.

Comment on sait s'il est bien choisi ? Comment distingue-t-on un bon d'un mauvais nylon ?

Pourquoi en anglais alors que la page est en français ? Reprendre tous les bénéfices principaux. Est-ce que le fait que ce soit brandé est un bénéfice important ?

à une finition déperlante pour affronter les intempéries.



COMMANDEZ

Résumé

Je pense que tu pourrais aisément développer les histoires autour de tes produits pour leur donner vie au-delà du fait que ce soient des vêtements. On aimerait voir le même storytelling que sur les mails :)

Tu peux, par exemple, parler de tes inspirations et personnifier la création de tes produits.

Les bénéfices sont présents mais pas assez mis en avant. Il faut pouvoir les isoler et les développer. Pour chaque produit, tu peux isoler deux bénéfices principaux et ne parler que d'eux en début de page.

Il y a beaucoup de jargon et d'anglicisme également. Est-ce que la personne la moins informée de ton audience peut-elle comprendre tous les mots ?

Mais en tout cas la forme est vraiment bien. Visuellement c'est agréable à lire.
La structure est également très bien !

J'oubliais, le bouton "acheter" en fin de page est **un très bon réflexe** que l'on retrouve que trop rarement sur les pages de vente, c'est très bien !