

# Gliips

*“ Analysez chaque interaction client et transformez-la en une opportunité supplémentaire de croissance. ”*

Offrez à votre entreprise et à votre équipe décisionnaire une puissance d'analyse de l'expérience client avec des outils no-code simples et rapides. Améliorez l'efficacité de vos campagnes, maximisez vos conversions, et prenez les bonnes décisions stratégiques.



# Tables des matières

Introduction à l'Optimisation du Taux de Conversion (CRO)	3
Pourquoi choisir Gliips ?	4
Les 8 leviers d'optimisation avec Gliips :	5
Optimisez vos décisions grâce aux Tests A/B	5
Réduisez les pertes d'audience : Le Taux de rebond	5
Boostez les actions avec des Appels à l'action (CTA)	5
Maximisez vos clics : Le Taux de clic (CTR)	6
Simplifiez l'expérience utilisateur : L'Optimisation des formulaires	6
Valorisez les micro-actions : Les Micro-conversions	6
Améliorez l'impact de vos contenus : La Lisibilité du site web	7
Visualisez et optimisez vos parcours : Le Tunnel de vente	7
Focus sur les feedbacks et insights en temps réel	8
Adaptabilité de Gliips par secteur d'activité	9 -10
Gliips, un outil pour l'optimisation mobile	11
Conclusion	12

# Introduction à l'Optimisation du Taux de Conversion (CRO)

## Optimisation du Taux de Conversion : La clé de la croissance digitale

L'Optimisation du Taux de Conversion (CRO) est un processus visant à augmenter le pourcentage d'utilisateurs réalisant une action souhaitée sur un site web, comme un achat ou une inscription. Ce processus permet d'améliorer les performances d'un site web ou d'une application en incitant davantage de visiteurs à effectuer une action souhaitée, telle que :

- Acheter un produit.
- Remplir un formulaire.
- S'inscrire à une newsletter.
- Cliquer sur un bouton ou télécharger un contenu.

## Pourquoi le CRO est-il essentiel ?

### Maximiser la valeur de votre trafic :

Attirer des visiteurs coûte cher (publicité, SEO, etc.). Si ces visiteurs ne convertissent pas, cet investissement est perdu.

### Réduire les coûts d'acquisition client (CAC) :

En optimisant les conversions, vous obtenez plus de résultats avec le même trafic, réduisant ainsi le coût moyen par conversion.

### Comprendre vos utilisateurs :

Le CRO repose sur l'analyse des comportements utilisateurs.

Vous identifiez :

- Les points de friction.
- Ce qui motive vos visiteurs.
- Ce qui les empêche d'aller plus loin.

### Améliorer l'expérience utilisateur (UX) :

Un site optimisé pour la conversion est souvent plus fluide, plus intuitif et plus agréable à utiliser.

## Les étapes clés du CRO

### Analyse des données :

Étudier les comportements des utilisateurs grâce à des outils comme Gliips (replays de session, feedback, etc.).

### Identification des points de friction :

Repérer où les utilisateurs abandonnent ou décrochent dans leur parcours.

### Hypothèses et tests :

Formuler des hypothèses sur ce qui pourrait améliorer la conversion (ex. : repositionner un CTA, simplifier un formulaire).

### Tests et itérations :

Mettre en place des tests (A/B ou multivariés), analyser les résultats, et appliquer les changements.

## Pourquoi Gliips est votre allié dans le CRO

**Analyse approfondie des parcours utilisateurs :** Identifiez rapidement les points de friction.

**Tests A/B intuitifs :** Testez vos idées sans compétences techniques.

**Feedbacks en temps réel :** Comprenez ce que ressentent vos utilisateurs.

**Recommandations actionnables :** Agissez immédiatement sur des insights clairs.

**Optimisation continue :** Gliips vous accompagne à chaque étape pour maximiser vos conversions.



## Pourquoi choisir Gliips ?

### Problème actuel

De nombreuses entreprises font face à des défis lorsqu'il s'agit de convertir leurs visiteurs.

#### Manque de visibilité sur les parcours utilisateurs :

Vous ne savez pas où et pourquoi vos visiteurs abandonnent.

#### Difficulté à identifier les points de friction :

Impossible de comprendre ce qui freine vos utilisateurs sans données précises.

#### Outils complexes ou manquant de personnalisation :

Les solutions existantes nécessitent souvent des compétences techniques poussées.

#### Feedback utilisateur insuffisant :

Peu ou pas de moyens de recueillir des avis en temps réel.

## Pourquoi Gliips se distingue

Gliips transforme ces défis en opportunités grâce à une solution complète et intuitive. Voici pourquoi Gliips est indispensable pour votre CRO :

#### Analyse détaillée des interactions utilisateurs :

Avec Gliips, chaque interaction client est capturée pour identifier les moments critiques, comme :

- Les clics inutiles.
- Les abandons dans un formulaire, les erreurs 404...
- Les retours en arrière sur une page de paiement.

#### Tests A/B et multivariés sans effort :

- Testez différentes versions de vos formulaires (titres, visuels, CTA) sans avoir besoin de coder.
- Obtenez des résultats clairs et prenez des décisions éclairées rapidement.

#### Feedbacks en temps réel :

- Collectez des ressentis directement auprès de vos utilisateurs grâce à des sondages ciblés et des formulaires dynamiques.
- Découvrez immédiatement les frustrations ou les besoins

spécifiques des visiteurs.

#### Visualisation intuitive des points de friction :

- Cartographiez vos funnels de conversion.
- Repérez les pages ou sections problématiques avec des replays.

#### Recommandations actionnables :

Gliips permet de prendre les bonnes décisions pour mettre en place des solutions concrètes afin d'optimiser vos pages, vos parcours, et vos CTA.

#### Solution adaptée à tous les secteurs :

Que vous soyez dans l'e-commerce, le SaaS ou les services financiers ou le secteur public Gliips s'adapte à vos besoins spécifiques.

***“ Gliips est une plateforme intuitive et sans code qui offre des insights fiables, des feedbacks en temps réel, et un accompagnement continu pour maximiser vos performances sans nécessiter de compétences techniques. ”***



## Pourquoi Google Analytics ne suffit pas ?

Google Analytics est un outil puissant pour mesurer des métriques globales, mais il ne vous dit pas pourquoi vos visiteurs quittent ou où se trouvent les frictions. Gliips complète GA en offrant des insights comportementaux, des feedbacks utilisateurs et des visualisations des parcours clients qui permettent une optimisation précise et actionnable.

# Les 8 leviers pour booster vos conversions avec Gliips

## Optimisez vos décisions grâce aux Tests A/B

L'Optimisation du Taux de Conversion (CRO) est un processus. Les tests A/B consistent à comparer deux versions d'un élément (titre, visuel, CTA) pour évaluer laquelle obtient le meilleur résultat en termes de conversion. Ils s'appuient sur la signification statistique pour garantir que les résultats sont fiables et non dus au hasard.

### ? Exemple concret :

Dans une campagne publicitaire, vous testez :

Version A : " Essayez gratuitement ! "

Version B : " Découvrez nos solutions ! "

Après Analyse, on voit que la version A génère 20 % de clics en plus.

### Comment Gliips vous aide :

Gliips vous permet de visualiser les résultats de vos tests A/B dans une interface intuitive. Ces insights vous aident à prendre des **décisions éclairées** pour mieux comprendre vos utilisateurs et optimiser vos conversions, sans effort technique.

## Réduisez les pertes d'audience : Le Taux de rebond

Le taux de rebond mesure le pourcentage d'utilisateurs quittant une page sans interagir davantage. Un taux élevé peut signaler des problèmes d'expérience utilisateur, de contenu ou de performances techniques.

### ? Exemple concret :

Un site e-commerce constate un taux de rebond de 70 %. *Après optimisation de la vitesse de chargement et ajout de recommandations produits, ce taux diminue à 50 %.*

### Comment Gliips vous aide :

Grâce aux replays détaillés des parcours utilisateurs, Gliips identifie les moments où vos visiteurs quittent le site. Vous pouvez ainsi **comprendre les obstacles** rencontrés et ajuster vos contenus ou la navigation pour réduire ces abandons.

## Incitez à l'action : Les Appels à l'action (CTA)

Un appel à l'action (CTA) est un élément (ex. : bouton ou lien) incitant les visiteurs à effectuer une action précise, comme "Achetez maintenant" ou "Inscrivez-vous gratuitement".

### ? Exemple concret :

Sur une page produit d'un site e-commerce, un bouton "Ajoutez au panier" est accompagné d'un sous-texte engageant :

"Stock limité ! Commandez maintenant pour une livraison rapide." *Ce CTA joue sur l'urgence («Stock limité») et la récompense immédiate («livraison rapide»), incitant davantage d'utilisateurs à finaliser leur achat.*

### Comment Gliips vous aide :

Gliips **analyse l'engagement** des utilisateurs avec vos CTA. Grâce à des **feedbacks en temps réel**, vous identifiez les CTA peu efficaces.



# Les 8 leviers pour booster vos conversions avec Gliips

## Maximisez vos clics : Le Taux de clic (CTR)

Le taux de clic (CTR) est le pourcentage de personnes ayant cliqué sur un lien ou une publicité par rapport au nombre total de personnes l'ayant vu.

### ? Exemple concret :

Une bannière publicitaire affichée 10 000 fois et cliquée 200 fois a un CTR de 2 %. Une modification du titre augmente ce taux à 3 %.

### Comment Gliips vous aide :

Gliips identifie par quelle publicité ou canal vos utilisateurs arrivent sur votre site. Vous pouvez ainsi **analyser l'engagement, mesurer les interactions** après clic et **optimiser vos campagnes pour maximiser leur efficacité.**

SUIVANT 

## Simplifiez l'expérience utilisateur : L'optimisation de formulaire

Le taux de conversion de formulaire mesure le pourcentage d'utilisateurs ayant rempli et soumis un formulaire par rapport à ceux qui l'ont consulté.

### ? Exemple concret :

Un formulaire d'inscription avec 10 champs a un taux de conversion de 20 %. Après réduction à 5 champs, ce taux monte à 40 %.

### Comment Gliips vous aide :

Gliips analyse les étapes où vos utilisateurs abandonnent les formulaires. Vous pouvez déployer des sondages pour **comprendre les obstacles** (champs inutiles, complexité) et simplifier l'expérience. Gliips fournit également des insights pour tester différentes versions et **identifier celle qui performe le mieux.**



## Valorisez les micro-actions

Les micro-conversions sont des actions mineures mais significatives dans le parcours utilisateur, comme l'ajout d'un produit au panier, l'inscription à une newsletter ou le clic sur un CTA.

### ? Exemple concret :

Un utilisateur télécharge un guide gratuit (micro-conversion) avant d'effectuer un achat trois jours plus tard.

### Comment Gliips vous aide :

Gliips suit les micro-conversions tout au long du parcours utilisateur. Les formulaires et feedbacks permettent d'**obtenir des données précises sur ces interactions**, afin d'**ajuster vos stratégies et convertir davantage d'utilisateurs.**

Feedback



## Les 8 leviers pour booster vos conversions avec Gliips

### Améliorez la lisibilité du site web

La lisibilité mesure à quel point un contenu est facile à lire et à comprendre pour les utilisateurs, influençant leur engagement.

#### ? Exemple concret :

Un texte dense est reformulé avec des phrases courtes et des sous-titres. **Le résultat est que le temps moyen passé sur la page augmente de 30 %.**

#### Comment Gliips vous aide :

Gliips déploie des sondages pour **interroger vos visiteurs** sur la lisibilité et la **pertinence de vos contenus**. Vous identifiez les sections problématiques et **recevez des insights** pour améliorer leur structure et rendre vos pages plus engageantes.



### Visualisez et optimisez : Le tunnel de vente

Le tunnel (funnel) de vente représente les étapes du parcours utilisateur, de leur arrivée sur le site jusqu'à une conversion (ex. : achat, inscription).

#### ? Exemple concret :

Une boutique en ligne constate que 60 % des utilisateurs abandonnent leur panier avant le paiement. **Une analyse révèle que le processus de paiement est trop long.**

#### Comment Gliips vous aide :

Gliips offre une visualisation permettant d'**identifier les points de friction**. En utilisant les sondages et feedbacks vous comprenez les raisons d'abandon et ajustez vos processus pour **réduire les obstacles**.



Que ce soit pour transformer vos visiteurs en prospects, convertir vos prospects en clients ou fidéliser votre audience, **Gliips intervient à chaque étape clé :**

**Visiteur :** Identifiez les points de friction et optimisez l'expérience utilisateur pour capter l'attention dès le premier clic.

**Prospect :** Analysez les comportements et testez différentes stratégies (CTA, formulaires, pages) pour augmenter vos conversions.

**Client :** Réduisez les abandons grâce à des insights précis et des feedbacks en temps réel pour maximiser vos ventes.

**Fidélisation :** Comprenez les attentes de vos clients grâce à des sondages et des replays pour améliorer leur engagement et leur satisfaction.

# Focus sur les feedbacks et insights en temps réel

## Pourquoi les feedbacks en temps réel sont essentiels

Dans un environnement digital où tout évolue rapidement, les retours utilisateurs en temps réel permettent de :

- **Identifier immédiatement** les points de friction ou les frustrations.
- **Agir rapidement** pour éviter les abandons et améliorer l'expérience utilisateur.
- **Obtenir des informations** directes sur ce que pensent et ressentent vos visiteurs, sans attendre des analyses longues ou complexes.

### ? Exemple concret :

Un utilisateur quitte un formulaire d'inscription après avoir vu des champs jugés inutiles. Grâce à un sondage en temps réel, vous découvrez que "trop d'informations personnelles sont demandées". Résultat : Vous simplifiez le formulaire, ce qui augmente le taux de conversion de 20 %.

## Comment Gliips facilite la collecte de feedbacks et insights en temps réel



Gliips met à votre disposition plusieurs outils pour comprendre vos utilisateurs :

### Sondages ciblés :

- Déployez des sondages directement sur des pages spécifiques ou après des actions clés (ex. : ajout au panier, abandon).
- Questions personnalisées pour capturer des données qualitatives (ex. : "Qu'est-ce qui manque sur cette page ?").
- Analyse des réponses pour identifier les ajustements nécessaires.

### Feedback instantané :

- Un widget interactif permet aux visiteurs de partager leurs ressentis à tout moment de leur navigation (positif ou négatif).
- Analysez rapidement les émotions ou frustrations des utilisateurs pour ajuster votre contenu ou navigation.

### Formulaires dynamiques :

- Capturez des données plus détaillées sur les besoins, attentes et perceptions de vos utilisateurs grâce à des formulaires intuitifs.
- Obtenez des réponses exploitables pour ajuster vos produits ou services.

### Analyse comportementale avancée :

- Combinez les feedbacks qualitatifs avec des données comportementales comme le replays pour une compréhension complète des obstacles rencontrés.

## Pourquoi choisir Gliips pour vos feedbacks et insights

**Collecte simple et rapide :** Activez vos sondages et mesurez sans effort technique.

**Action immédiate :** Exploitez les retours en temps réel pour des ajustements rapides.

**Vision 360° :** Combinez feedbacks qualitatifs et données comportementales pour une optimisation complète.

**Recommandations actionnables :** Gliips vous fournit les données vous permettant de trouver des solutions concrètes pour agir immédiatement.

# Gliips par secteur d'activité

## E-commerce : Maximalisez vos ventes

### Enjeux spécifiques :

- Taux élevé d'abandon de panier (jusqu'à 70 % en moyenne).
- Difficulté à guider les utilisateurs dans leurs choix de produits.
- Expériences mobiles souvent sous-optimales.

### Exemple de comment Gliips vous aide :

- **Analyse des abandons de panier** : Identifiez les étapes où les utilisateurs décrochent dans le funnel de conversion grâce aux replays.
- **Optimisation des fiches produits** : Testez différentes structures, images ou CTA pour améliorer leur attractivité.
- **Amélioration de l'expérience mobile** : Simplifiez les formulaires et optimisez les boutons d'appel à l'action pour les écrans tactiles.

### Exemple concret :

Une boutique en ligne détecte grâce à Gliips, que les utilisateurs abandonnent souvent la page de paiement mobile. En simplifiant cette étape, les conversions mobiles augmentent de 25 %.

## SaaS : Accélérez vos abonnements

### Enjeux spécifiques :

- Faible taux de conversion des essais gratuits en abonnements payants.
- Adoption limitée des fonctionnalités clés par les utilisateurs.
- Désabonnements fréquents après les premières semaines.

### Exemple de comment Gliips vous aide :

- **Optimisation des pages d'inscription** : Identifiez les freins dans vos formulaires et améliorez vos CTA pour inciter davantage d'utilisateurs à s'inscrire.
- **Suivi de l'adoption des fonctionnalités** : Déployez des sondages pour comprendre pourquoi certaines fonctionnalités ne sont pas utilisées, et ajustez vos tutoriels ou guides interactifs.
- **Réduction des désabonnements** : Utilisez les feedbacks pour identifier les utilisateurs à risque et proposez des solutions adaptées, comme des offres spéciales ou des fonctionnalités complémentaires.

### Exemple concret :

Une plateforme SaaS améliore de 30 % son taux de conversion d'essais gratuits en abonnements grâce à un CTA redéfini et une interface utilisateur simplifiée.

## Services financiers : Simplifiez la complexité

### Enjeux spécifiques :

- Longueur et complexité des formulaires ou processus d'application.
- Taux élevé d'abandon pendant les étapes critiques.
- Réticence des utilisateurs face à la sécurité ou au manque de transparence.

### Exemple de comment Gliips vous aide :

- **Simplification des formulaires complexes** : Identifiez les champs inutiles ou sources de confusion grâce aux feedbacks et replays.
- **Optimisation des parcours utilisateurs** : Visualisez les funnels et détectez les étapes critiques pour améliorer l'expérience globale.
- **Renforcement de la confiance** : Utilisez des sondages pour comprendre les préoccupations des utilisateurs et ajustez votre communication pour y répondre.

### Exemple concret :

Une banque réduit de 20 % les abandons de formulaires de demande de prêt en raccourcissant les étapes et en ajoutant des messages rassurants.

# Gliips par secteur d'activité

## Éducation : Engagez vos apprenants

### Enjeux spécifiques :

- Les utilisateurs visitent des pages de cours mais ne s'inscrivent pas.
- Les apprenants abandonnent les cours ou ne progressent pas suffisamment.
- Difficulté à adapter les recommandations de cours aux intérêts des utilisateurs.

### Exemple de comment Gliips vous aide :

- **Optimisation des pages de cours** : Testez différentes descriptions ou présentations pour maximiser les inscriptions.
- **Sondages ciblés** : Identifiez ce qui manque ou freine les utilisateurs avant l'inscription.
- **Suivi des micro-conversions** : Analysez les parcours des apprenants pour améliorer leur engagement sur la plateforme.

### Exemple concret :

Une plateforme e-learning augmente de 15 % les inscriptions à ses cours en simplifiant les descriptions et en recommandant des cours liés.

## Tourisme et culture

### Enjeux spécifiques :

- Les utilisateurs abandonnent le processus en raison de sa complexité ou d'un manque d'information.
- La navigation mobile pour les réservations est peu intuitive.
- Les utilisateurs n'ajoutent pas de services additionnels comme des excursions ou des surclassements.

### Exemple de comment Gliips vous aide :

- **Analyse des abandons de réservation** : Visualisez où et pourquoi les utilisateurs quittent le processus.
- **Sondages sur les attentes des clients** : Posez des questions en temps réel pour identifier les informations manquantes.
- **Personnalisation des offres** : Utilisez les insights pour recommander des extras pertinents en fonction des préférences des utilisateurs.

### Exemple concret :

Un hôtel augmente ses réservations de 20 % en simplifiant le processus mobile et en proposant des offres personnalisées.

## Commerce physique et omnicanal

### Enjeux spécifiques :

- Les utilisateurs ne finalisent pas leur réservation pour un retrait en magasin.
- Le lien entre les achats en ligne et en magasin est souvent mal géré.
- Les coupons digitaux ou les réductions en ligne ne convertissent pas.

### Exemple de comment Gliips vous aide :

- **Analyse des comportements omnicanaux** : Suivez les utilisateurs qui passent du digital au magasin pour comprendre leur parcours.
- **Feedbacks sur les offres promotionnelles** : Identifiez pourquoi certains coupons ou réductions ne sont pas utilisés.
- **Optimisation des réservations** : Améliorez la clarté et la fluidité des options "réservez en ligne, retirez en magasin".

### Exemple concret :

Un magasin augmente ses visites en boutique de 15 % en simplifiant le parcours de réservation en ligne.

## Gliips, un outil pour l'optimisation mobile

### Pourquoi l'optimisation mobile est-elle indispensable ?

Avec une part croissante des visites web réalisées via mobile (**souvent plus de 60 %**), il est essentiel de garantir une expérience fluide et engageante sur ce canal. Cependant, les taux de conversion mobile restent souvent bien inférieurs à ceux sur desktop.

#### Défis courants sur mobile :

- Temps de chargement trop longs (53 % des visiteurs quittent une page si elle met plus de 3 secondes à charger).
- Navigation difficile (menus complexes, boutons mal adaptés).
- Formulaire peu optimisés pour les écrans tactiles.
- Expérience utilisateur inconsistante entre desktop et mobile.

### Comment Gliips facilite la collecte de feedbacks et insights en temps réel



Gliips propose une suite d'outils pour analyser et optimiser les expériences mobiles :

#### Replays de session adaptés pour capter les mobiles :

- Comprenez comment les utilisateurs interagissent avec votre site mobile.
- Identifiez les points de friction (ex. : clics inutiles, retours en arrière, abandons).

#### Sondages ciblés pour les visiteurs mobiles :

- Posez des questions spécifiques.
- Recevez des retours en temps réel pour ajuster rapidement vos pages.

#### Analyse du funnel mobile :

- Visualisez les étapes où vos visiteurs mobiles abandonnent.
- Comparez les parcours entre mobile et desktop pour comprendre les écarts de comportement.

#### Recommandations actionnables :

- Optimisez vos boutons d'appel à l'action (CTA) pour les rendre plus visibles et adaptés aux écrans tactiles.
- Améliorez vos formulaires en simplifiant les champs et en proposant des options prédéfinies.

### Les avantages de Gliips pour vos optimisations mobiles

**Analyse spécifique au mobile** : Détectez précisément les comportements et points de friction sur les petits écrans.

**Feedbacks en temps réel** : Comprenez ce que vos visiteurs mobiles ressentent et ajustez immédiatement.

**Optimisation continue** : Améliorez vos parcours mobiles à chaque étape du funnel grâce à des recommandations claires.

**Expérience utilisateur uniforme** : Assurez une cohérence entre vos versions mobile et desktop pour maximiser les résultats.

**Gliips vous aide à transformer votre expérience mobile en un parcours fluide et engageant, tout en augmentant vos conversions grâce à une analyse approfondie et des actions précises.**

**“ Avec Gliips, chaque interaction utilisateur devient une opportunité de croissance. ”**

- Identifiez les points de friction avec des outils intuitifs (replays, sondage).
- Comprenez immédiatement les attentes et frustrations de vos visiteurs.
- Passez rapidement des insights aux solutions grâce à des suggestions claires.
- Une plateforme sans code, pensée pour tous les secteurs et équipes.
  
- Activez rapidement les analyses sans besoin de compétences techniques.
- Combinez feedbacks qualitatifs et données comportementales pour une optimisation complète.
- Maximisez vos résultats avec des optimisations continues et mesurables.

**Que vous soyez dans l'e-commerce, le SaaS, les services financiers ou tout autre secteur, Gliips s'adapte à vos besoins.**



**Vous avez des questions ou souhaitez découvrir comment Gliips peut transformer votre stratégie digitale ?**

**Adresse : Ankaa-VR pépinière d'entreprises,  
rue de belgique, 54135 Mexy (France)**

**Site web : [www.gliips.com](http://www.gliips.com)**

**Email : [contact@gliips.com](mailto:contact@gliips.com)**

**Téléphone : +33 3 72 56 03 31**

**Demander une démonstration**

