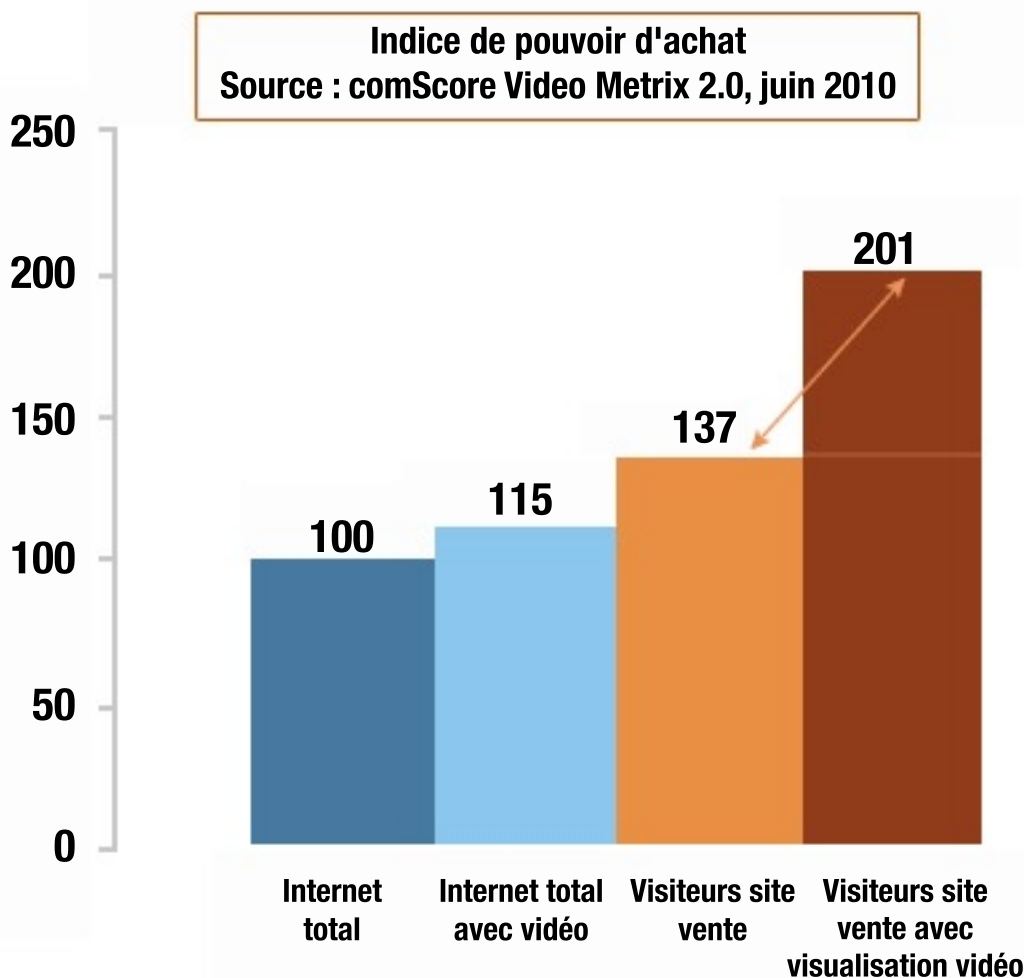


Transformation de vente par la vidéo

Les statistiques mentionnées par Bing indiquent que les internautes sont capables de traiter les informations présentées sous forme de vidéo et de texte combinés jusqu'à 30 % plus rapidement que du texte seul. En outre, 65 % de la population privilégient l'apprentissage visuel et sont plus susceptibles d'assimiler et de tirer profit de l'information si elle est présentée sous forme visuelle. Dans la plupart des catégories d'e-commerce, notamment dans le domaine des vêtements et des produits liés aux goûts personnels et aux aspects affectifs, on obtient d'excellents résultats grâce aux ajouts visuels.

Il ne fait aucun doute que la vidéo sur Internet peut se révéler également un outil de conversion puissant. Une étude publiée par comScore montre que lorsque la vidéo est intégrée à l'expérience d'achat, la probabilité que les visiteurs procèdent à une acquisition est 64 % plus élevée qu'en l'absence de vidéo, et que ces visiteurs restent sur le site deux minutes de plus.



Les visiteurs du site de vente qui visualisent aussi une vidéo ont 64% plus de chances d'acheter

Les visiteurs du site de vente qui visualisent aussi une vidéo passent 2 minutes de plus sur le site par visite