



Alors la webperf, ça paye ?

w e ❤ s p e e d

... Qui sommes-nous ?



Lisa PASQUALINI

Customer Success Manager
Fasterize



Emilie Wilhelm

Directrice Marketing
Fasterize

Ce dont on va parler les 25 prochaines minutes...

1

Webperf / Business : corrélation ou causalité ?

2

Methodologie des tests AB webperf

3

Les pièges à éviter

4

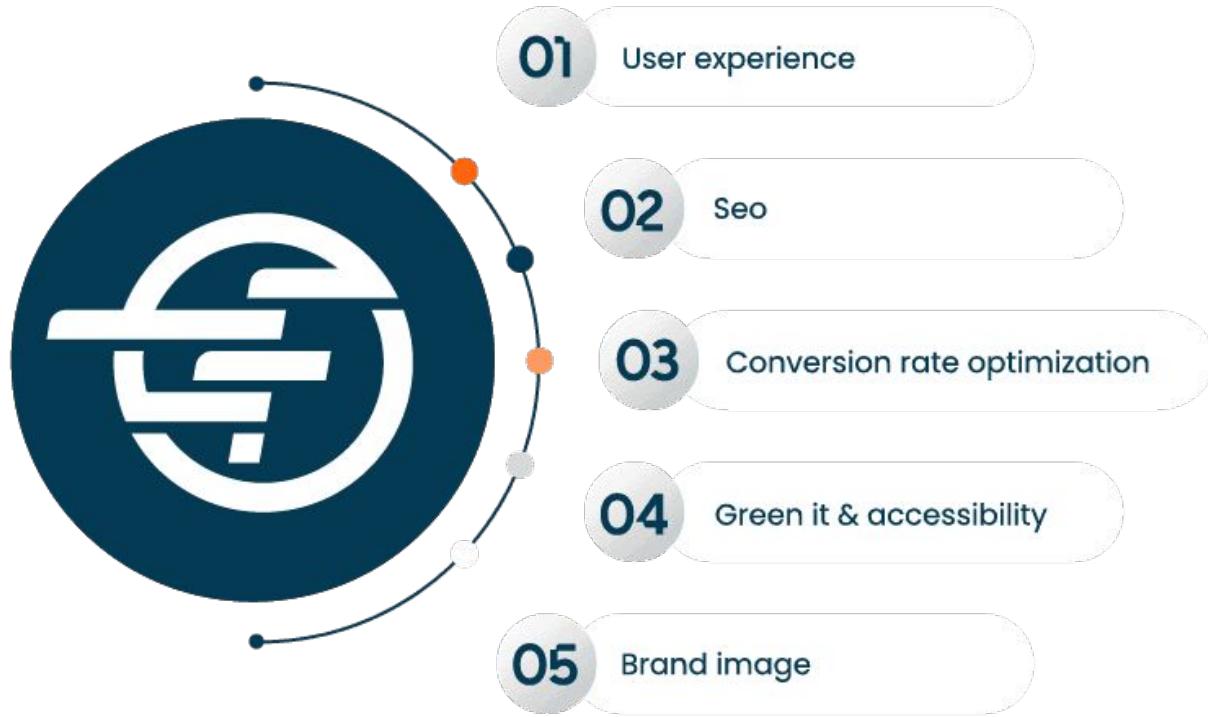
Résultat : est-ce que ça paye ?



Découvrir 

Webperf / Business : corrélation ou causalité ?





Un gain de **100 ms** en rapidité de chargement de vos pages

=

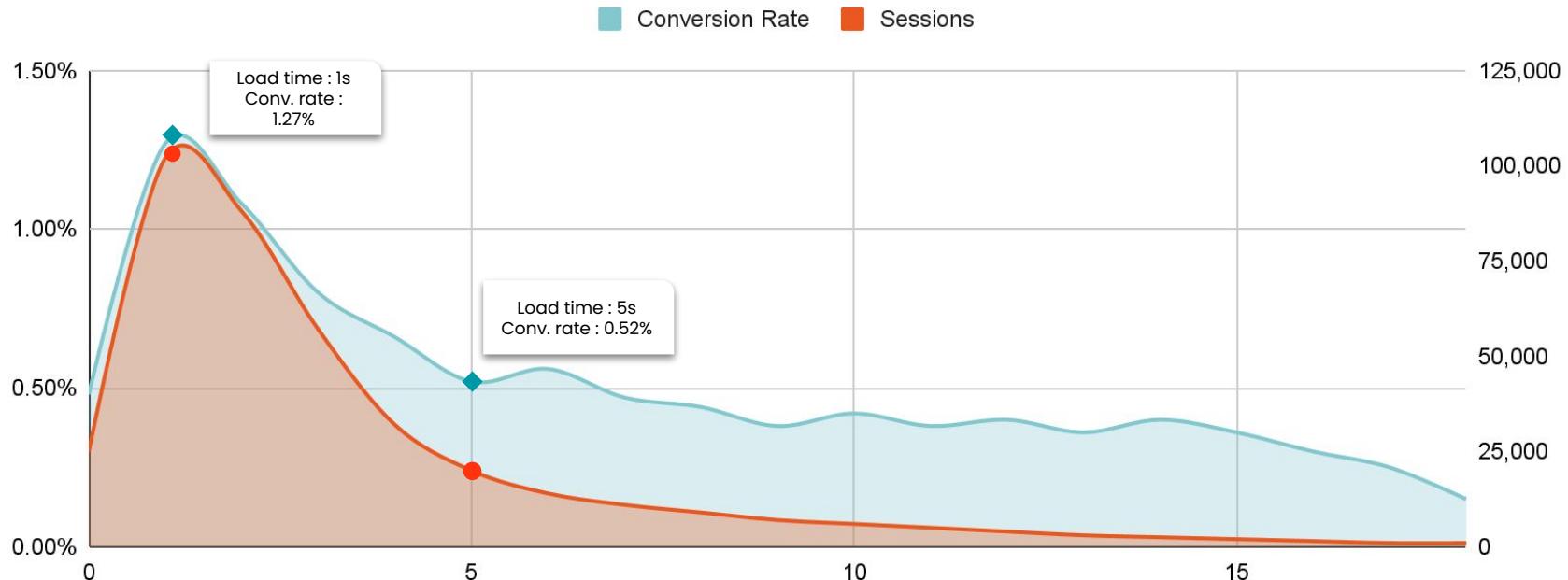


...mais aussi un impact psychologique

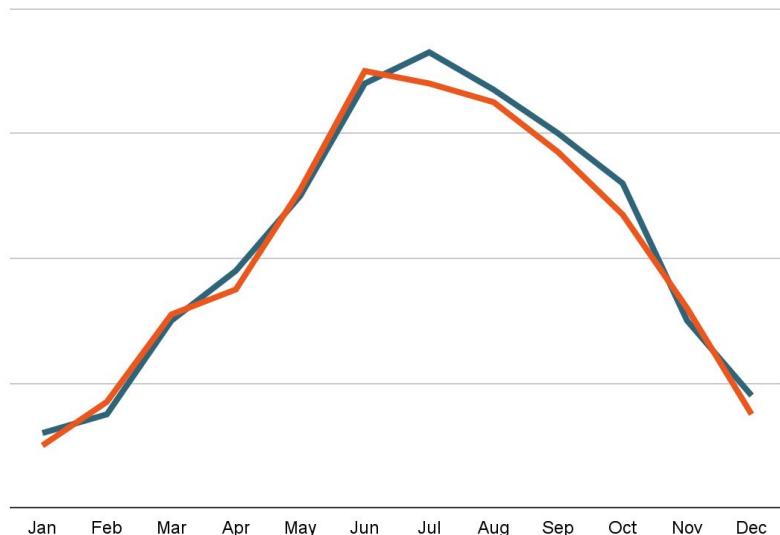
Des pages web lentes peuvent faire **augmenter la fréquence cardiaque de 38%** provoquant une anxiété similaire à...



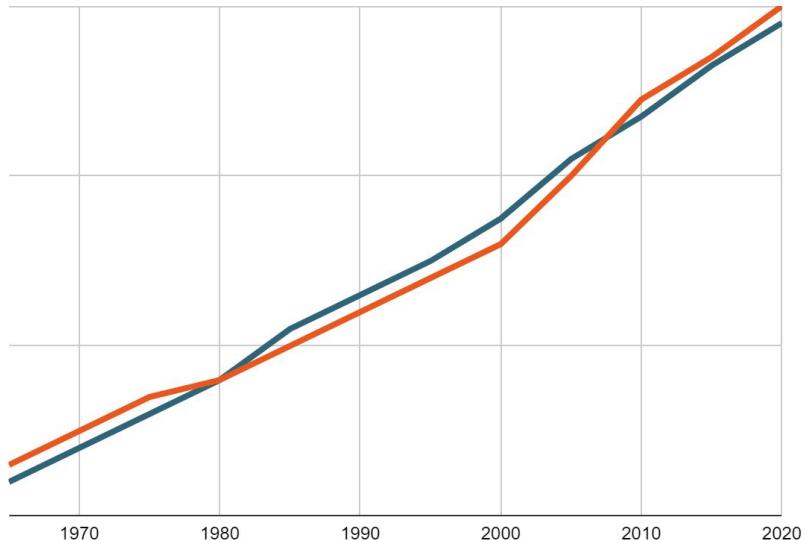
Conversion Rate and Sessions by Load Time



Ice Cream Sales vs Shark Attacks



High School Graduates vs Pizza Consumption

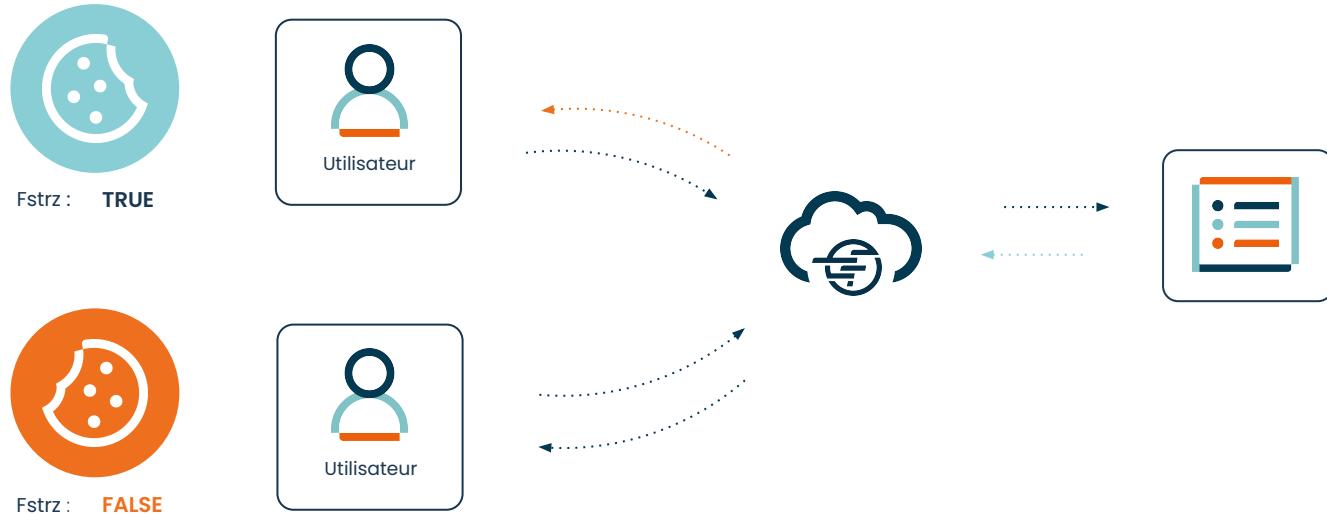


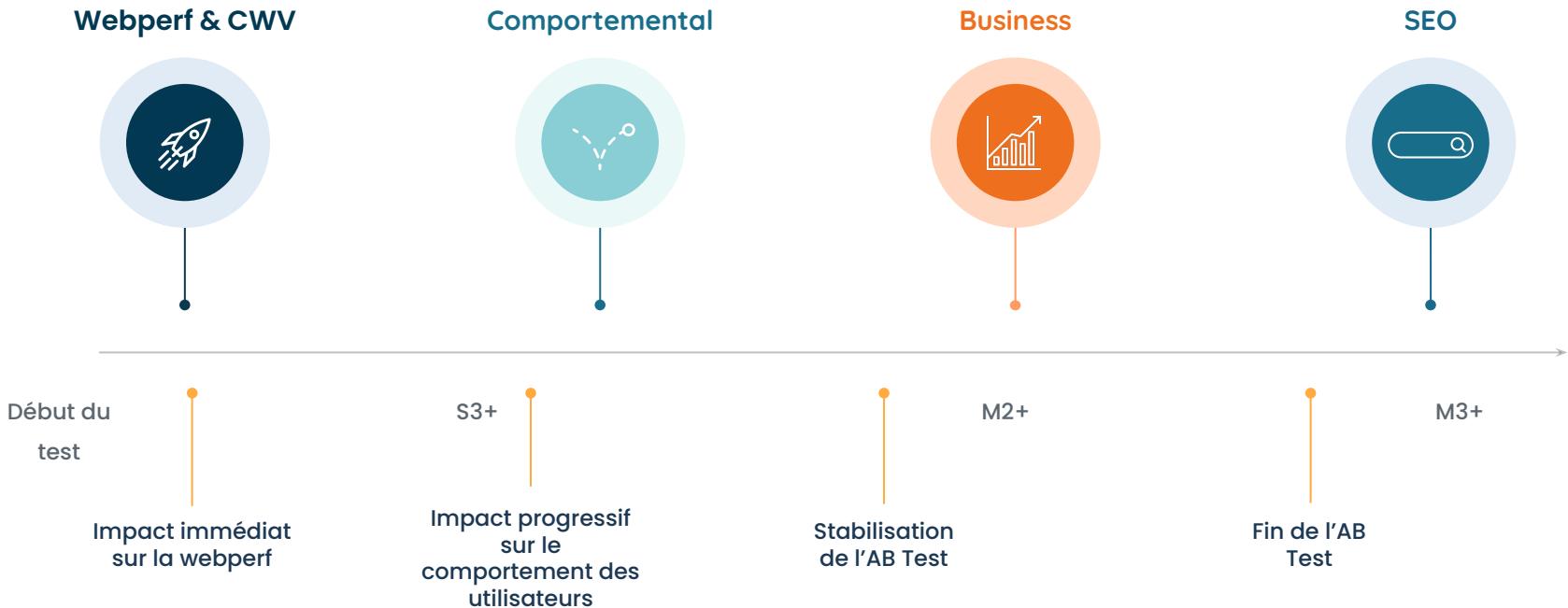
Source : <https://www.statology.org/correlation-does-not-imply-causation-examples/>

Découvrir 



Methodologie des tests AB webperf







Webperf & Core Web Vitals

- TTFB
- FCP
- Speed Index
- LCP & CLS



Comportemental

- Taux de rebond
- Durée de session
- Pages / sessions



Business

- Taux de conversion
- Impact CA
- Ajout au panier
- E-réservations
- Inscriptions NL...



Sans oublier l'impact global et transverse sur l'image de marque !

🔍 Plusieurs angles d'analyse possibles :

- Mobile VS Desktop
- Utilisateurs récurrents VS nouveaux
- Taux par sessions, par utilisateurs, par type d'utilisateur ...

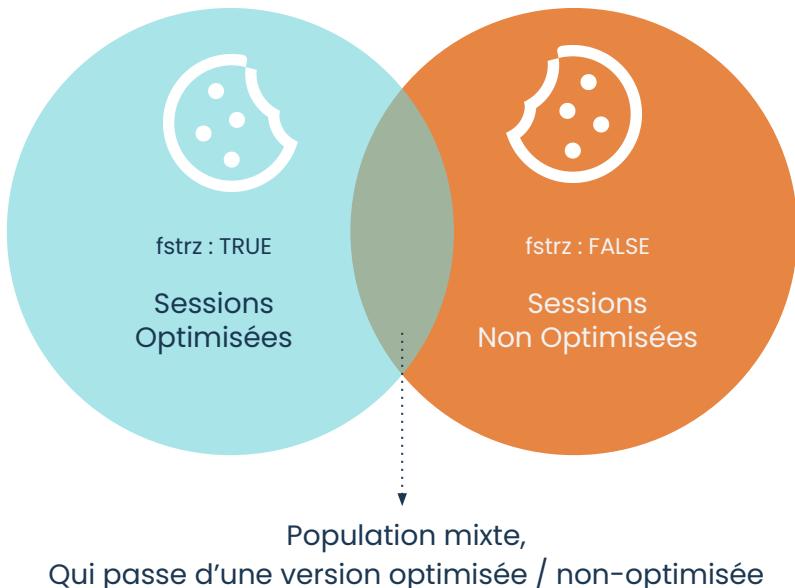
👉 Exemples:

- Taux d'ajout panier mobile VS desktop
- Taux de création de compte pour les nouveaux utilisateurs
- Complétion d'une page de profil par device
- Etc!

Découvrir 



Les pièges à éviter



Points d'attention

- Parcours d'achat mobile / desktop
- Politique de gestion de cookies
- ... Et donc les utilisateurs de Safari !
- L'inertie au démarrage du test
- La durée du test

Le test du Khi2



Découvrir 



Résultat :
est-ce que ça
paye ?



90%

Tests AB montrent
un impact positif



+8,7%

d'augmentation du
taux de conversion



Gains



Fashion & Cosmétiques
Médiane : **+5.8 %**
Moyenne : **+8.7 %**



Maison & Loisirs
Médiane : **+8.9 %**
Moyenne : **+11.5 %**

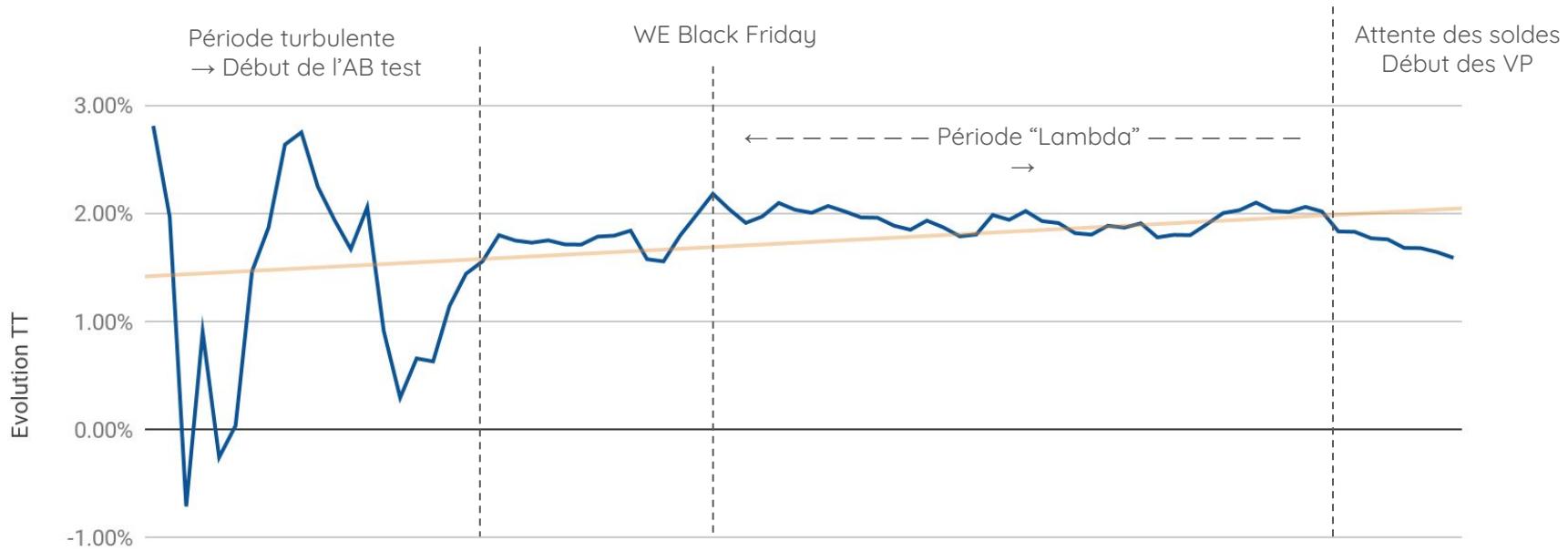


Travel
Médiane : **+3.1 %**
Moyenne : **+4.1 %**



Les facteurs qui influencent l'impact de la webperf :

- Âge de la cible
- Type de produit ou service
- Panier moyen
- Milieu concurrentiel VS cible captive
- L'effet "Promo"



Une conversion corrélée à une métrique webperf ?



Des gains webperf relatifs



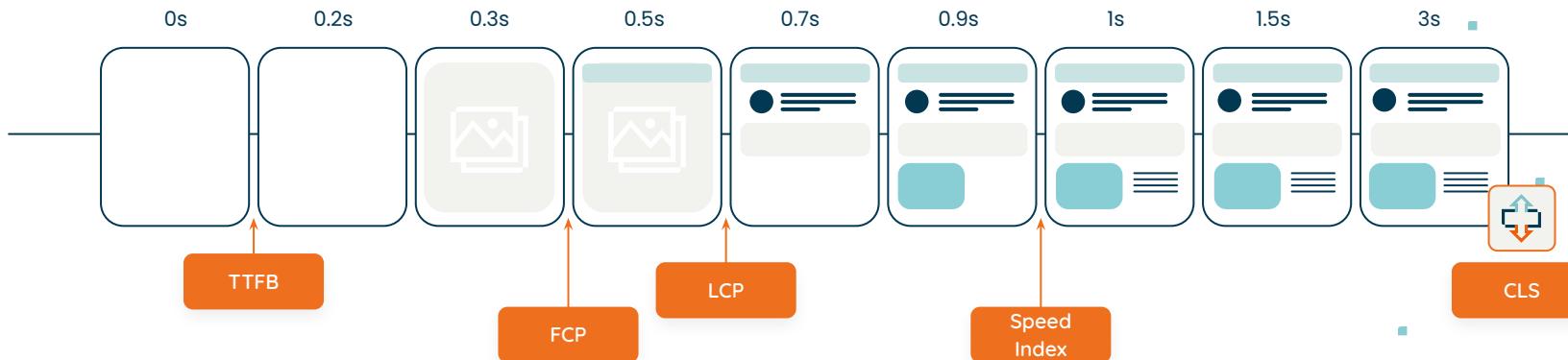
Des gains webperf absolus



Mauvaise métrique d'origine



Bonne métrique d'origine





Ça paye !



+8,7%

Sur les taux de conversion
en moyenne



+4,6%

Si on regarde
la médiane

Soit...



+10,5M

De gains estimés
pour nos clients sur un an

Ce qu'il faut retenir

- ➊ Des pièges à éviter
- ➋ Des angles d'analyse différentes selon les sites
- ➌ 90% des cas ça marche. Reste 10%
- ➍ La webperf a au pire un impact neutre
- ➎ Amélioration globale de la webperf





w e ❤️ s p e e d

Merci

fasterize.com

