

Brevo



8

exemples de pop-up efficaces

pour activer et engager vos utilisateurs

Sommaire

Introduction	03
Pourquoi utiliser les pop-up / messages on site ?	05
Comment les mettre en place ?	07
8 exemples de pop-up efficaces	10
Conclusion	19

Introduction

Dans un environnement numérique en constante évolution, captiver et engager les visiteurs de votre site web est plus important que jamais. Les pop-up, ou messages on-site, sont des **outils efficaces permettant d'interagir directement avec les utilisateurs pendant leur visite.**

À travers ce guide, nous vous présenterons pourquoi les pop-up sont bénéfiques pour votre entreprise et comment les implémenter efficacement. Nous vous dévoilerons **8 types de pop-up qui fonctionnent** et comment certaines entreprises ont réussi à les utiliser pour atteindre leurs objectifs marketing.

Découvrez des insights précieux et des exemples concrets pour maximiser l'efficacité de vos pop-up !



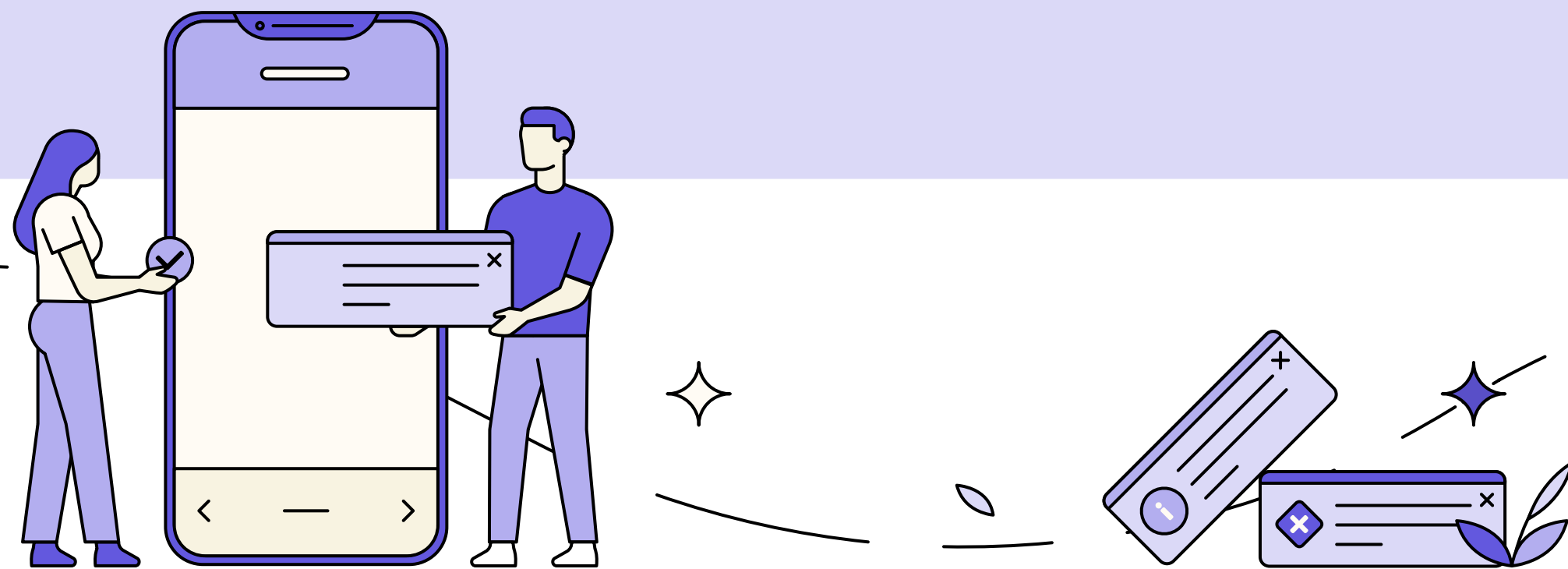
Mais que sont les pop-up exactement ?

Les pop-up ou messages in-app/on-site s'affichent automatiquement sur une page web ou dans une application mobile, capturant ainsi l'attention des utilisateurs pendant qu'ils sont engagés avec votre contenu.

Ils peuvent mettre en avant des offres promotionnelles, des incitations à l'abonnement ou des messages importants et être déployés sous différentes formes : bannières, fenêtres modales, notifications contextuelles, etc.

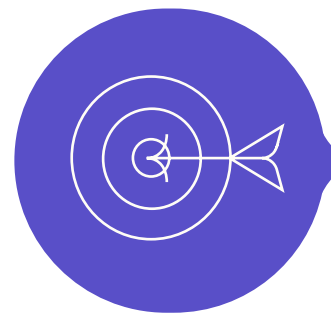
Ils peuvent être déclenchés selon le comportement du visiteur : arrivée sur le site, sortie du site, visualisation d'une page, etc.

Vous pouvez également segmenter vos visiteurs afin de diffuser des messages personnalisés.



Pourquoi utiliser les pop-up ?

Les messages on site ou pop-up présentent de nombreux bénéfices pour les entreprises, notamment :



Cibler tous les visiteurs : Les pop-up permettent de toucher l'ensemble des visiteurs de votre site ou de votre application mobile, qu'ils soient nouveaux ou récurrents, et ce, sur toutes les plateformes (mobile et desktop). Ils peuvent s'adresser à des utilisateurs anonymes, garantissant ainsi une première interaction sans intrusion.



Collecter de la donnée : Il est possible de récolter des informations précieuses sur vos visiteurs, telles que leur adresse email, leurs préférences ou leurs avis. Cette collecte de données peut se faire de manière conforme au RGPD, sans utilisation de cookies ou d'adresses IP.



Booster la conversion : Les pop-up sont des outils efficaces pour augmenter les taux de conversion. En affichant des offres spéciales ou des incitations à l'achat au moment opportun avec des produits ou services en promotion, ils encouragent les visiteurs à passer à l'action.



Engager les prospects/clients lorsqu'ils sont chauds : Les pop-up permettent de capter l'attention des utilisateurs lorsqu'ils sont le plus réceptifs, c'est-à-dire pendant leur navigation sur votre site. Cela offre une opportunité unique de les engager immédiatement.

Pourquoi utiliser les pop-up ?

Les push notifications sont flexibles et s'adaptent à tous types de supports, que ce soit sur desktop ou sur mobile, garantissant ainsi une expérience utilisateur homogène et efficace.

Améliorer l'expérience utilisateur

Contrairement aux idées reçues, les messages on-site / in-app peuvent améliorer l'expérience utilisateur lorsqu'elles sont personnalisées et pertinentes. Par exemple, un message offrant de l'aide via un chat en direct à un utilisateur qui semble hésitant sur une page de produit peut fournir une assistance bienvenue et augmenter les chances de conversion.

Réduire le taux d'abandon du panier

Utilisés stratégiquement sur les pages de panier ou de paiement, les messages on-site / in-app peuvent offrir des incitations (comme un petit rabais ou la livraison gratuite) pour réduire le taux d'abandon de panier, en encourageant les utilisateurs à compléter leur achat.

Comment les mettre en place ?

Les pop-up peuvent être mis en place de manière stratégique pour optimiser leur efficacité. Voici quelques points clés pour leur implémentation :

Audience

Les pop-up sont conçus pour cibler tous les utilisateurs de votre site, qu'ils soient sur mobile ou desktop. Ils sont donc visibles pour les utilisateurs anonymes, garantissant ainsi une interaction sans barrière.

Compatibilité

Les messages on-site sont compatibles avec toutes les plateformes, y compris Windows, Mac, Linux, Android et iOS. Cela assure une expérience utilisateur fluide et homogène quel que soit le support utilisé.

Conformité RGPD

La mise en place de pop-up doit respecter les réglementations en matière de protection des données, notamment le RGPD. Il est essentiel de ne pas utiliser de cookies ou d'adresses IP pour garantir la confidentialité des utilisateurs.

Formats Adaptés

Les pop-up sont flexibles et s'adaptent à tous types de supports, que ce soit sur desktop ou sur mobile. Cela permet de garantir une expérience utilisateur homogène et efficace, quel que soit le device utilisé.

Exemple d'affichage sur le site Aquarelle



Le site Aquarelle utilise des formulaires de collecte qui s'adaptent automatiquement selon le device, avec **un taux de clics (CTR) de 12%**. Que ce soit sur mobile ou desktop, les pop-up d'Aquarelle offrent une expérience utilisateur optimisée, démontrant ainsi l'efficacité d'une mise en place stratégique et bien pensée.



Des formats qui s'adaptent à tous supports

Les messages on-site ou pop up sont flexibles et s'adaptent à tous types de supports, que ce soit sur desktop ou sur mobile, garantissant ainsi une expérience utilisateur homogène et efficace.

Affichage web

Prise en charge par toutes les plateformes, y compris Windows, Mac et Linux.



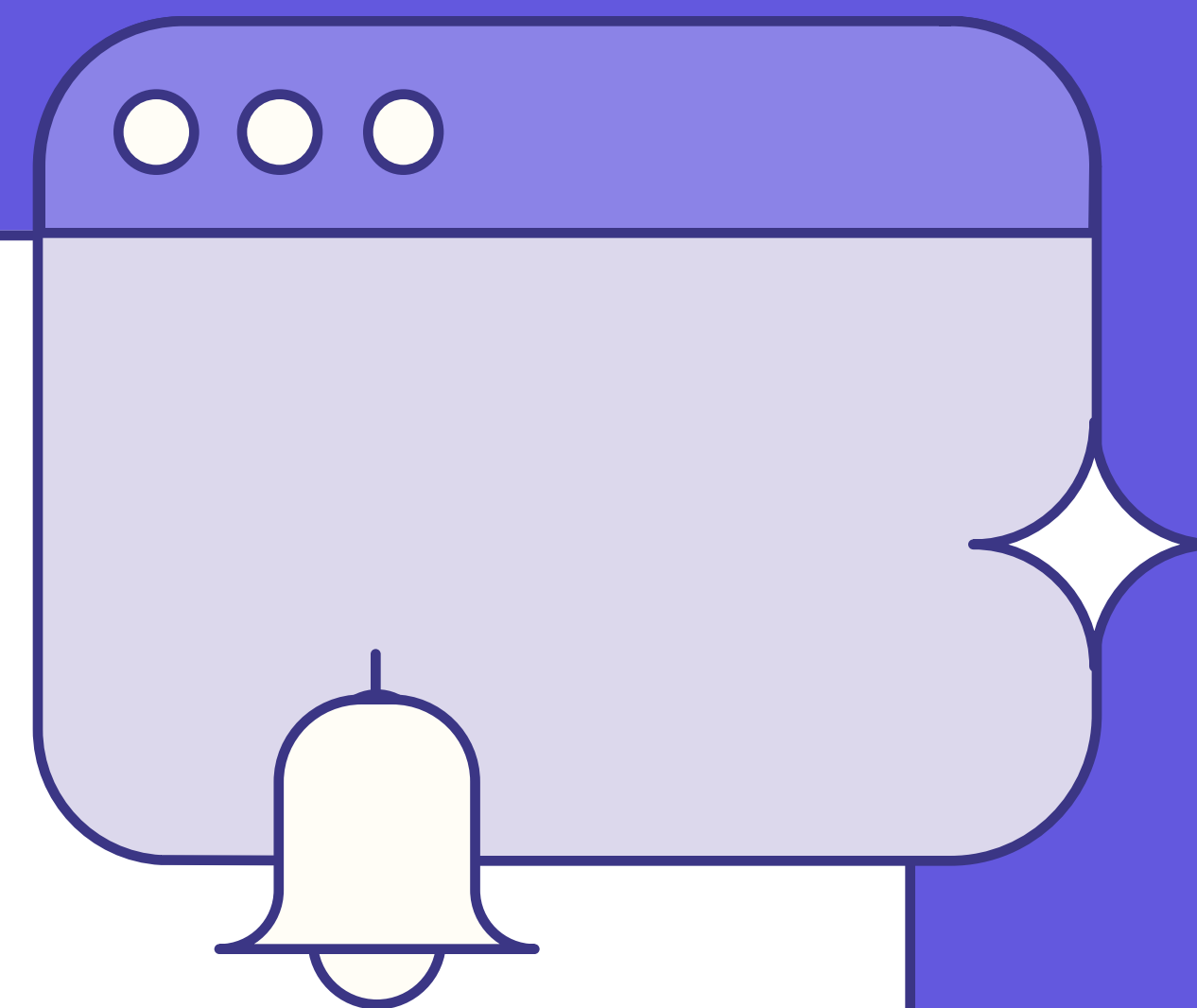
Affichage mobile

Compatibilité avec les téléphones Android et iOS.



8

**types de
pop-up
efficaces**



Cas n°1 : Abonnement

la fée
maraboutée

Comment La Fée Maraboutée catégorise automatiquement chaque abonné.

Objectif

Inciter vos utilisateurs à s'abonner en choisissant leur alertes préférées.

Résultats

7%
taux d'opt-in



Cas n°2 : Découverte des fonctionnalités

PROMOD

Comment Promod invite ses utilisateurs à découvrir leur carte de fidélité.

Objectif

Générer une utilisation optimisée des fonctionnalités clés de votre service.

Résultats

13%
taux d'adhésion



Cas n°3 : Téléchargement d'applications mobiles



Comment Manchester City fait la promotion de ses applications mobiles iOS et Android.

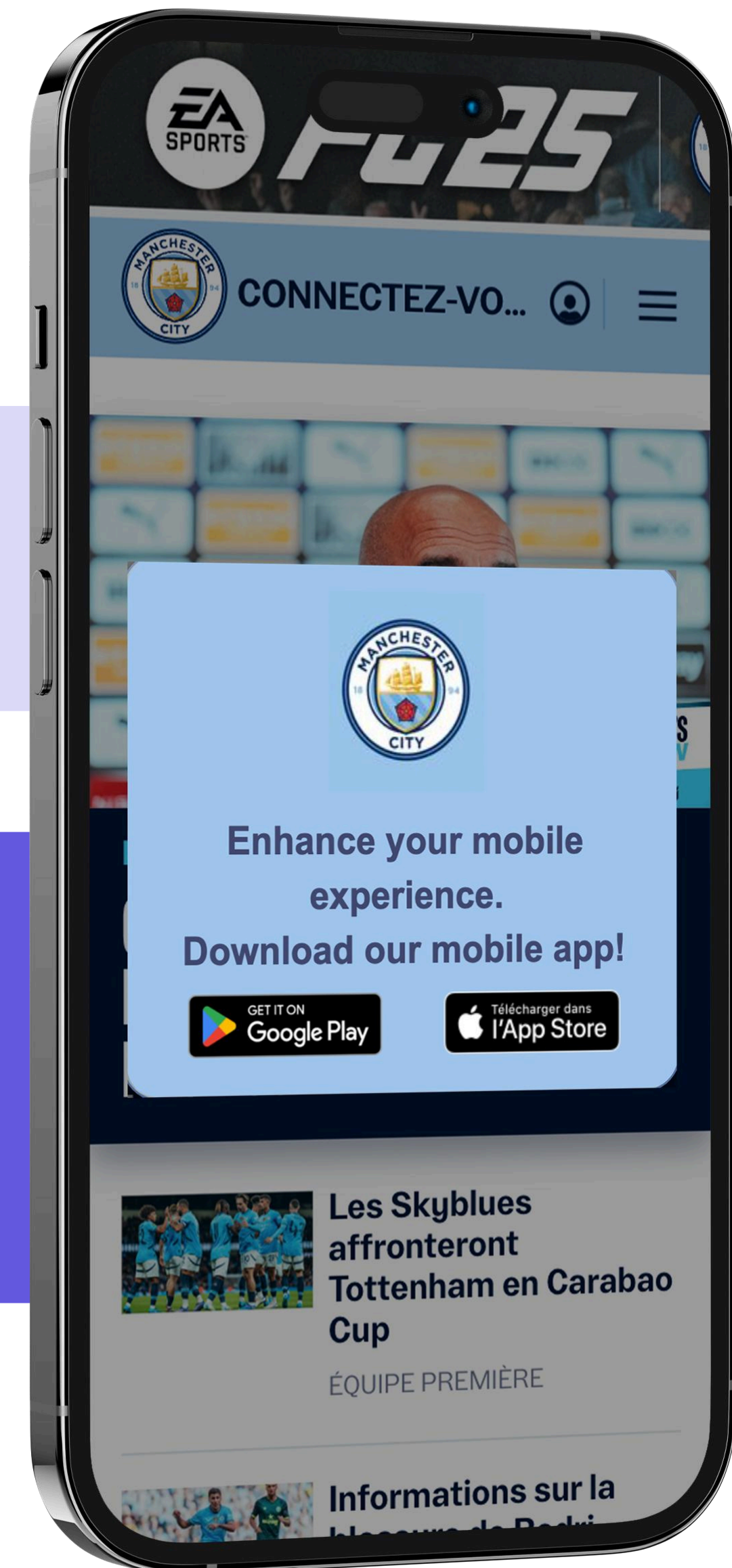
Objectif

Identifier vos utilisateurs mobiles pour les inviter à télécharger votre application mobile.

Résultats

10%

CTR



Cas n°4 : Questionnaire de satisfaction

L'EQUIPE

Comment l'Équipe récolte l'avis de ses utilisateurs au sujet de la pression des push notifications, sous la forme de QCM.

Objectif

Récolter l'avis de vos utilisateurs aux moments clés.

Résultats

10%

CTR



Cas n°5 : Évaluation de l'application



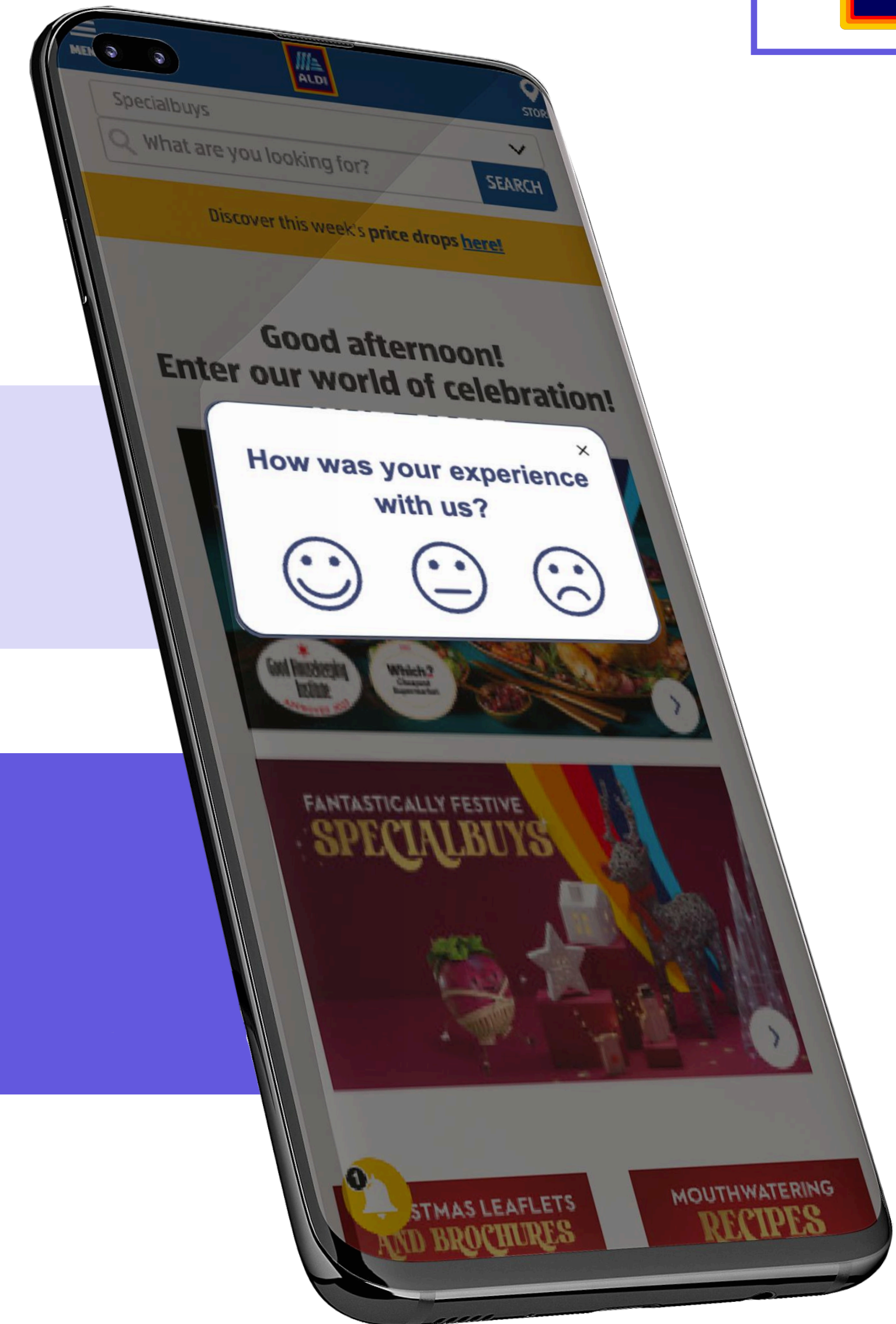
Comment Aldi demande uniquement aux utilisateurs qui ont eu une bonne expérience de laisser un avis.

Objectif

Demander de manière proactive à vos clients les plus engagés et les plus satisfaits de laisser un avis sur votre application.

Résultats

4%
CTR



Cas n° 6 : Informer les utilisateurs

L'ÉQUIPE

Comment l'Équipe informe ses meilleurs abonnés de leurs avantages.

Objectif

Inviter vos utilisateurs anonymes à souscrire à votre contenu payant ou informer vos abonnés de leurs avantages.

Résultats

15%

CTR



Cas n° 7 : Collecter des adresses email

AQUARELLE

Comment Aquarelle collecte les adresses email des utilisateurs par l'intermédiaire de son site Web.

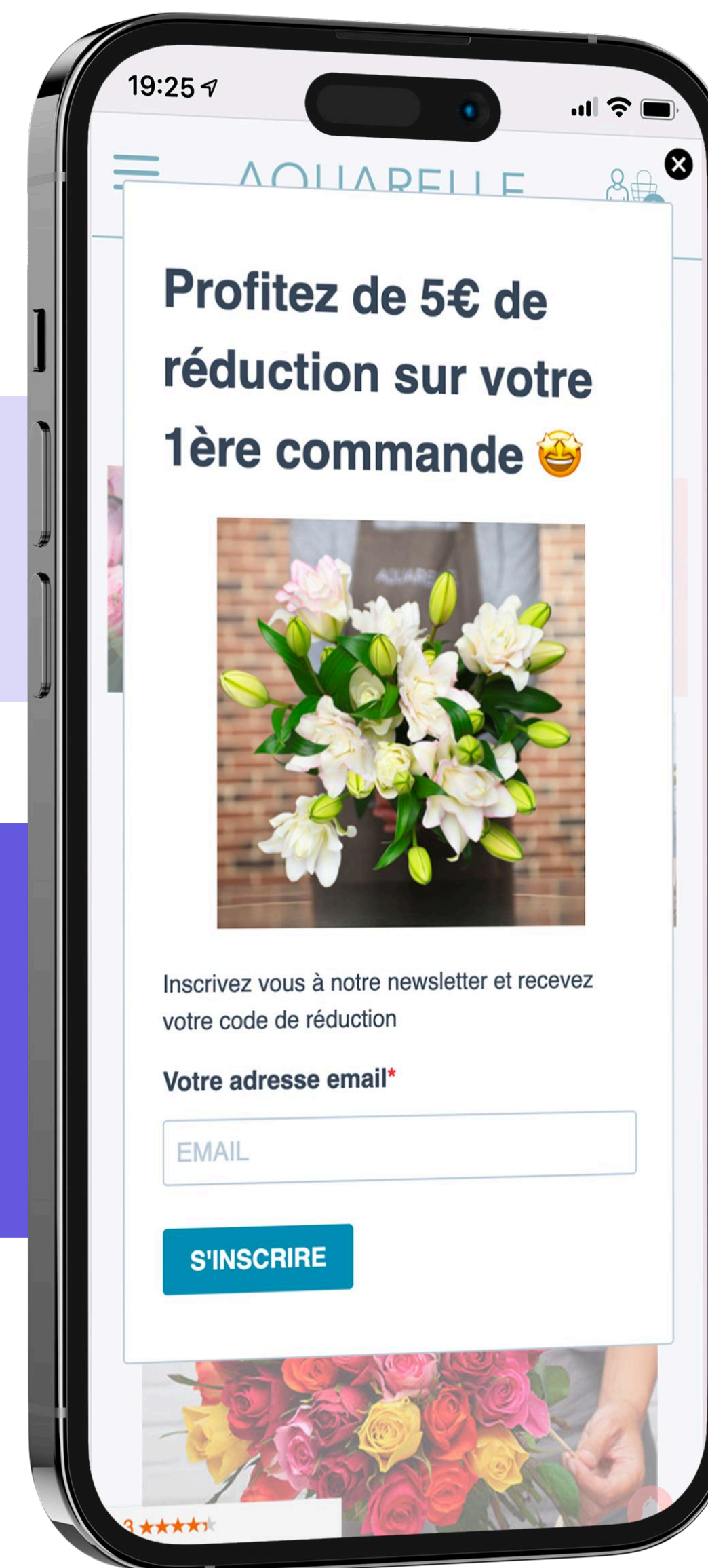
Objectif

Collecter des emails d'utilisateurs à des moments clés.

Résultats

12%

CTR



Cas n° 8 : Cross Channel

L'ÉQUIPE

Comment "L'équipe" met en avant le direct de sa chaîne de télévision.

Objectif

Identifier la plateforme de vos abonnés pour promouvoir vos contenus transverses.

Résultats

8%

CTR



Conclusion

Les pop-up ou messages on-site se révèlent être des outils efficaces et polyvalents pour dynamiser votre stratégie marketing. Ils permettent d'atteindre plusieurs objectifs clés : capter l'attention des visiteurs, collecter des données précieuses, booster les taux de conversion et engager les utilisateurs au moment le plus opportun.

Les 8 exemples concrets présentés dans ce guide montrent que les pop-up peuvent être personnalisés pour répondre à des objectifs variés, qu'il s'agisse d'inciter à l'abonnement, de réduire l'abandon de parcours, ou encore de récolter des avis. Chaque type de pop-up a ses spécificités et peut être adapté en fonction des besoins de votre entreprise et des attentes de vos utilisateurs.

En exploitant pleinement le potentiel des pop-up, vous pourrez transformer l'interaction avec vos visiteurs en une expérience enrichissante et convertissante !



Brevo



Plus de connexions, plus de conversions

Choisissez les pop-up pour rester au plus proche de vos clients et booster leur engagement.

[Contactez-nous](#)