

La technologie fait perdre des clients en ligne

En Grande-Bretagne comme ailleurs, les fêtes de Noël ont été l'occasion de réaliser de nouveaux scores dans les ventes en ligne, 3,3 milliards de livres selon une étude de Site Confidence. Mais dans le même temps, les 35 acteurs britanniques majeurs des ventes en ligne suivis par l'organisme auraient perdu pour 300 millions de ventes, soit une perte non négligeable de chiffre d'affaires d'environ 10%.

En cause, les technologies d'affichage des pages Web sur les sites de vente en ligne. L'étude montre du doigt les sites de ventes de gadgets, comme www.gadgetshop.com ou www.iwantoneofthose.com, qui présenteraient des difficultés d'accès dans 15% et 30% des cas, respectivement. Quant à l'affichage des pages, il demande en moyenne 25 secondes. Il va de 12 secondes pour les sites les plus rapides à plus d'une minute pour les plus lents. « *Un site Web qui n'est pas accessible est assimilable à un magasin dans une rue commerçante très fréquentée dont les portes seraient fermées. Aucune affaire ne devrait être perdue juste à cause des performances du site* » a déclaré Bill Kirkwood, le président de Site Confidence.