



Antisèche "Construire une fiche produit"

Antisèche — Fiche produit e-commerce (prête à l'emploi)

- 0) But
- 1) Definition of Done (cocher avant publication)
- 2) Gabarit minimal (copier/coller)
- 3) Exemple ultra-court (pour se régler l'oreille)
- 4) 30 minutes pour publier (minuteur)
- 5) Mesurer ce qui compte (simplicité volontaire)
- 6) Quand fusionner, mettre à jour, supprimer
- 7) A/B tests rapides (un à la fois)
- 8) Règles de style (anti-jargon)
- 9) Mini lexique (pour l'équipe)

Antisèche — Fiche produit e-commerce (prête à l'emploi)

0) But

Créer une fiche qui **aide vraiment à décider** et **fait avancer une action** (ajout panier, prise de contact, téléchargement). Rien d'autre.

1) Definition of Done (cocher avant publication)

- ☐ Le **titre** promet un **usage** + un **bénéfice** (pas un nom produit brut).
 - ☐ Le **chapeau** (2 phrases) pose le **contexte** et la **promesse**.
 - ☐ **3 à 5 bénéfices** classés par importance, chacun **prouvé** (donnée, avis, garantie, norme).
 - ☐ 1 **CTA principal** clair (+ éventuellement 1 secondaire).
 - ☐ **Preuves** visibles : avis, garanties, labels (ex. éco-score), FAQ courte.
 - ☐ **Liens internes** utiles (variantes, guide, comparatif).
 - ☐ **Métas** faites (title 50-60c, meta 140-155c) ; H1 ≠ Title.
 - ☐ **Données structurées** (Product + FAQ si pertinent).
 - ☐ **Plan de mesure** noté (voir §5).
 - ☐ Orthographe, lecture à voix haute : ça sonne simple.
-

2) Gabarit minimal (copier/coller)

H1 — Titre orienté usage

{Catégorie/Produit} pour {usage précis} — {bénéfice clair}

Chapeau (2 phrases)

{Contexte en une phrase}. {Promesse mesurable ou différenciatrice}.

Bénéfices clés (3–5)

- {Bénéfice #1} — *preuve courte* (chiffre, avis, label, garantie)
- {Bénéfice #2} — *preuve courte*
- {Bénéfice #3} — *preuve courte*

(+ ajouter un cas client ou une mini-FAQ si besoin)

Preuves & réassurance

Avis clients (note globale), garanties (retour, SAV), labels (ex. RSE/éco-score), certifications.

Appels à l'action

[CTA principal : Acheter / Demander un devis / Essayer]

[CTA secondaire : Télécharger le guide / Voir le comparatif]

Liens utiles

Variantes | Guide d'utilisation | Comparatif | Politique retours

FAQ (3 questions max)

Q : ... ? R : ...

Q : ... ? R : ...

Q : ... ? R : ...

(Gabarit en 6 blocs sans jargon. Clair, réutilisable.)

3) Exemple ultra-court (pour se régler l'oreille)

H1

Casque anti-bruit pour open space — restez focus 4 h d'affilée

Chapeau

Vos journées sont hachées ? Ce casque coupe le brouhaha et garde vos oreilles au frais, même en visio.

Bénéfices

- Concentre pendant la journée — *25 % d'interruptions, test interne*
- Clair en visio — *double micro à réduction de voix ambiante*
- Confort 8 h — *260 g, coussinets respirants, arceau mémoire*

Preuves & réassurance

Note 4,6/5 (312 avis) • Retour 30 j • Pièces remplaçables

CTA

Ajouter au panier • Télécharger le guide « Travailler au calme »

4) 30 minutes pour publier (minuteur)

- **5 min — Choisir l'angle** : usage principal + bénéfice #1.
- **8 min — Écrire H1 + chapeau + 3 bénéfices** (une ligne chacun + preuve).
- **7 min — Preuves & réassurance** (avis/garanties/labels) + CTA.
- **5 min — Liens internes & FAQ (3 Q/R).**
- **5 min — Métas + vérifs** (lecture à voix haute, fautes, H1≠Title).

5) Mesurer ce qui compte (simplicité volontaire)

Suivre **3 métriques** pendant 28 jours :

1. **CTR** depuis la liste (catégorie / SERP) → viser +15 % après itération Title.
2. **Taux d'ajout panier / clic sur devis** → viser +10 % après test CTA/ordre des preuves.
3. **Taux de rebond / scroll 50 %** → viser -10 % après amélioration du chapeau ou de la preuve #1.

(Un tableau de bord simple vaut mieux qu'un long reporting.)

6) Quand fusionner, mettre à jour, supprimer

- **Fusionner** : deux pages ciblent la **même intention** ou se cannibalisent → garder la plus forte, importer avis/preuves.
 - **Mettre à jour** : impressions ↑ mais conversions ↓ ; données obsolètes ; nouvelles preuves.
 - **Supprimer/refondre** : 0 clic, hors-périmètre, promesse faible. Documenter la décision.
-

7) A/B tests rapides (un à la fois)

- **Titre** : usage vs bénéfice chiffré.
 - **Chapeau** : douleur client vs preuve forte.
 - **CTA** : verbe d'action concret vs verbe générique.
 - **Module comparatif** : présent vs absent.
- Fenêtre 14–28 jours, garder le gagnant, noter l'impact.
-

8) Règles de style (anti-jargon)

- **Mots courts**, phrases courtes.
- **Ordre utile** : usage → bénéfice → preuve → action.
- **Un seul verbe fort par phrase.**
- **Listes parallèles** (même forme grammaticale).

- **Fin de phrase = message clé.**

(C'est la base du « créatif maîtrisé ».)

9) Mini lexique (pour l'équipe)

- **Preuve** : tout élément vérifiable qui réduit le risque perçu (chiffre, avis, label, garantie).
- **Intention** : ce que l'utilisateur veut faire ici (comparer, comprendre, acheter, demander un prix).
- **Promesse** : le bénéfice pratique, exprimé simplement (gain de temps, confort, moindre coût).