

Shopify accélère le commerce

Comment Shopify augmente la rapidité et le taux
de conversion des sites



Sommaire

01

Résumé analytique

→ page 3

02

Proposer des expériences commerciales performantes : un défi quotidien

→ page 5

03

Les ingrédients qui font la force de l'infrastructure de Shopify

→ page 8

04

Dans quelle mesure la vitesse du site influe sur les taux de conversion

→ page 12

05

Shopify augmente la vitesse de votre site et votre taux de conversion

→ page 14

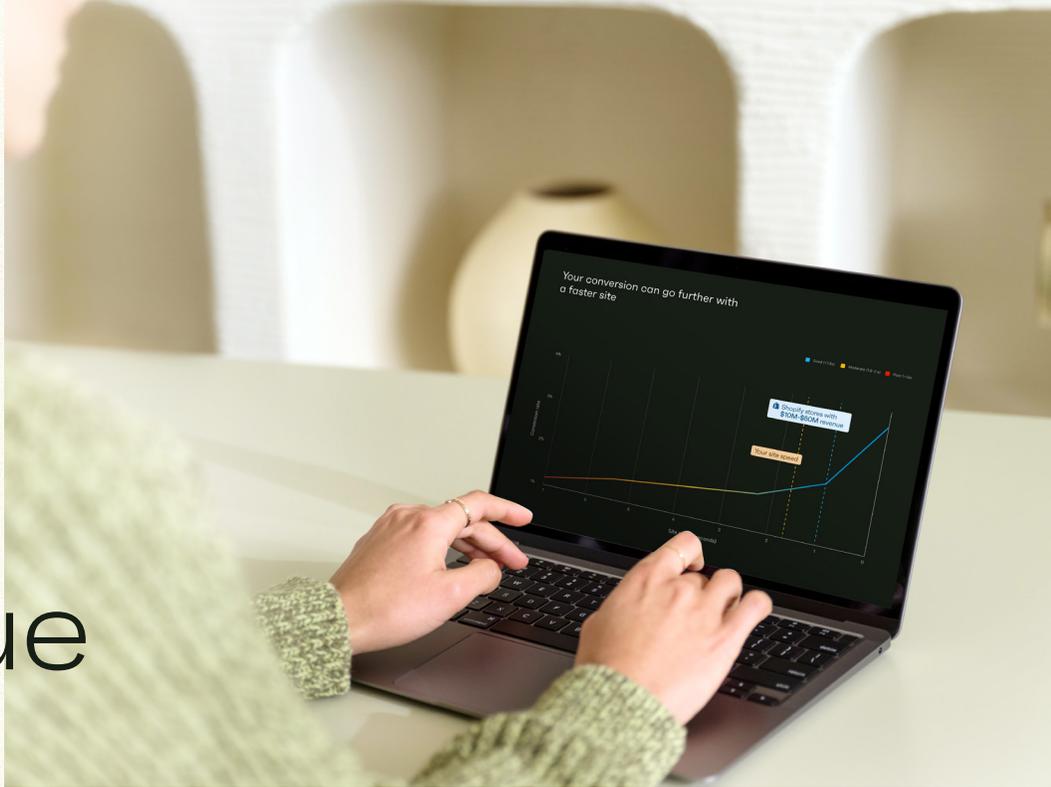
06

Une croissance commerciale exponentielle possible avec une amélioration de la vitesse du site d'une demi-seconde

→ page 16

01

Résumé analytique



Une demi-seconde, ça ne paraît peut-être pas grand-chose, mais dans le e-commerce, cela peut faire toute la différence pour les acheteurs. Selon les données et les recherches de Shopify, une demi-seconde peut avoir une incidence majeure sur le taux de conversion et l'expérience client dans son ensemble.

Votre résultat net ne sera pas le seul à pâtir de la lenteur de votre site. En plus de perdre des clients et du chiffre d'affaires, vous devez faire des compromis sur l'innovation en affectant vos ressources d'ingénierie à la résolution d'une liste interminable de problèmes. L'amélioration des performances web permet à des entreprises comme la vôtre de gagner en autonomie sur votre site web et de redistribuer les ressources R&D dans des projets essentiels qui peuvent vraiment rendre votre entreprise unique.

La philosophie de développement de Shopify vise à gérer la complexité à la place des clients. Nous prenons cette philosophie très au sérieux et nous sommes fiers de pouvoir justifier notre travail avec des données publiques réelles.

Voici un bref résumé de nos recherches :

x1,8

Les boutiques Shopify sont les plus rapides au monde, avec un chargement 1,8 fois plus rapide que les boutiques d'autres plateformes.

93 %

93 % des marques sur Shopify ont une boutique rapide, un chiffre bien plus élevé que pour n'importe quelle autre grande plateforme de commerce.

0,5 s

Augmentez votre taux de conversion en améliorant la vitesse de votre site d'une demi-seconde.

Dans ce guide, nous découvrirons comment la vitesse d'un site peut améliorer le taux de conversion. Nous analyserons également la manière dont Shopify propose à nos marchands les sites les plus rapides du commerce, optimisés par une infrastructure de pointe qui réduit le temps et les ressources nécessaires pour créer un site.



Remarque : nous analyserons quelques-unes des techniques essentielles qui contribuent à la rapidité d'un site web. Si vous souhaitez en savoir plus sur l'incidence de la vitesse d'un site sur le résultat net, [cliquez ou appuyez ici pour passer](#).

Avant d'exposer les résultats, voici les étapes de la méthodologie que nous avons utilisée pour guider notre analyse, ainsi que quelques définitions propres à l'industrie auxquelles nous nous référons tout au long de ce rapport.

- **Ce rapport se base sur des données publiques disponibles sur Google.** Google rassemble les données relatives à la vitesse des sites web auprès d'utilisateurs réels et les publie dans le cadre d'une méthode normalisée pour la mesure des performances : Core Web Vitals (CWV).
- Nous pouvons affirmer que les boutiques Shopify sont les plus rapides au monde à partir de calculs effectués sur la base de données publiques de Google Core Web Vitals collectées auprès de plus de 200 000 sites, avec un échantillon de tous types de revenus et de toutes les plateformes de commerce majeures.
- La taille de l'échantillon pour cette étude ne comprend que les boutiques en ligne créées nativement avec Shopify. Ce rapport souligne la rapidité par défaut d'un site Shopify. Nous avons donc exclu de l'analyse les sites headless. Toutefois, notre suite d'outils headless permet aux marques d'entreprises de bâtir une expérience personnalisée optimale.

Cette étude analyse les performances de la page d'accueil en fonction de deux indicateurs, dont :

Le Time to First Byte (TTFB), désigné dans ce rapport comme vitesse du serveur, est le temps nécessaire au serveur hébergeant le site web pour répondre à l'explorateur du client. C'est un indicateur essentiel de la qualité de l'infrastructure sous-jacente.

Le First Contentful Paint (FCP), désigné dans ce rapport sous le terme de vitesse du site, mesure le temps nécessaire pour que le premier élément d'une page (comme du texte ou une image) s'affiche pour l'utilisateur.

Vous avez peut-être remarqué que nous utilisons le FCP plutôt que le Largest Contentful Paint (LCP), qui est également un indicateur de Core Web Vitals. Même si le LCP a son importance, il présente des inconvénients majeurs comme des thèmes lents ou un grand nombre de plugins tiers, qui en font un indicateur de référence difficile (et inéquitable) à utiliser en matière de vitesse du site.

Méthodologie et définitions



200 000

sites ont été utilisés pour calculer et justifier nos résultats

02

Proposer des expériences commerciales performantes : un défi quotidien



Tous les détaillants au monde s'accordent à dire que leur réussite dépend en grande partie de la vitesse de leur site web. Le problème, c'est que la création de l'infrastructure pour la prendre en charge reste un défi majeur. Les deux facteurs qui font de l'infrastructure d'un serveur une grande difficulté pour certains des CTO et CIO les plus expérimentés au monde sont :

1

L'augmentation des coûts d'infrastructure des serveurs

2

Le fait d'être en phase avec le rythme des innovations

L'augmentation des coûts d'infrastructure des serveurs

Vous faites peut-être partie de ceux qui ont tenté de créer une infrastructure de serveur plus moderne, sans pour autant avoir gagné beaucoup d'attention. Bien que la plupart des cadres dirigeants s'accordent à dire que la vitesse du site est importante, elle n'en reste pas moins **onéreuse**. Il en va de même pour le personnel à recruter (et retenir) afin de faire marcher vos affaires.

Les infrastructures informatiques sont souvent le premier poste de dépenses des détaillants D2C, sachant que ces coûts ont connu une augmentation continue ces dernières années et ne cessent d'augmenter. Selon de récentes [données BLS](#), les services Cloud devraient représenter 14,2 % des dépenses informatiques totales à travers le monde d'ici 2024, contre 9,1 % en 2020.

La comparaison avec l'année 2006 est plus évidente : c'est à cette période que les serveurs Cloud se sont plus largement démocratisés auprès des entreprises, en promettant une réduction importante des coûts. Ils sont bien évidemment moins chers que n'importe quelle solution sur site, notamment en ce qui concerne l'importance du trafic qu'un site e-commerce doit gérer. Mais comme nous l'avons constaté ces deux dernières décennies, les serveurs Cloud restent très onéreux en termes d'installation et de maintenance.



14,2 %

des dépenses
informatiques totales
sont liées aux services
Cloud, selon les
prévisions pour 2024

Les modèles de tarification varient d'un prestataire à l'autre et fluctuent en fonction des besoins de votre entreprise. Toutefois, les moyennes entreprises peuvent facilement dépenser jusqu'à 10 000 \$ par mois, rien qu'en CDN et frais d'hébergement. Ces coûts ne comprennent pas les services de contrôle tiers essentiels, comme Splunk ou Datadog, qui sont des outils indispensables, mais onéreux.

Ces coûts peuvent bien évidemment varier en fonction du trafic envoyé au CDN, que vous payez également. Par conséquent, de nombreuses entreprises essayent de réduire leurs coûts mensuels en faisant de surprenants compromis de taille sur leur site web. Les experts de la performance commenceront par réduire la taille des images de leurs produits sur leur site, ce qui peut augmenter la vitesse et réduire les coûts, mais il s'agit d'un compromis important, surtout si vos concurrents sur Shopify n'ont pas à faire ce genre de concessions.

Une fois la technologie en place, vous avez besoin d'un personnel hautement qualifié qui demande des salaires élevés sur le marché. En 2024, le salaire moyen d'un ingénieur infrastructure est légèrement supérieur à 106 000 \$. Si vous extrapolez ces chiffres sur un organigramme infrastructure type, les dépenses s'accumulent pour occuper tous ces postes.

Même si l'infrastructure de votre serveur était gérée par une équipe réduite, votre organigramme devrait être comme suit :

Fonction	Salaire moyen
Responsable CDN ou ingénieur réseau	122 796 \$
Responsable sécurité	147 426 \$
Responsable des opérations	109 739 \$

Remarque : Ces chiffres sont des salaires moyens qui se basent sur des données publiques de Glassdoor. Le salaire réel nécessaire pour les candidats qualifiés pour ces postes dépendra de l'expérience, des compétences requises et du lieu.

Vous avez sans doute deux premières réactions au vu de ce tableau. Tout d'abord, il s'agit d'une équipe minimaliste. Ensuite, ces personnes font déjà probablement partie de votre équipe, dans la plupart des cas. Nous avons tout de même vu certains détaillants sur Shopify devenir des entreprises moyennes, avec une valeur marchande brute jusqu'à 10 millions de dollars, sans aucune ressource technique interne.

Le fait d'être en phase avec le rythme des innovations

De plus en plus d'entreprises cherchent des solutions pour rester à la pointe de l'innovation en e-commerce, sachant qu'une large majorité d'entre elles a remarqué qu'il est non seulement onéreux, mais aussi difficile d'y parvenir. Quelques améliorations marginales de la latence du réseau se sont avérées être un réel défi pour des mathématiciens diplômés et les responsables technologiques ne cachent pas leur frustration à ce sujet.

Selon Lenovo, 57 % des CIO ont déclaré qu'ils remplaceraient la moitié ou plus de la technologie actuelle de leur entreprise s'ils pouvaient recommencer et 25 % ont déclaré qu'ils en remplaceraient la majeure partie, voire l'intégralité. Certaines entreprises ont pris les devants et ont concrétisé leur désir de refondre une grande partie de leur ancien système et de recommencer, et beaucoup l'ont fait en laissant Shopify gérer tous leurs besoins en infrastructure.



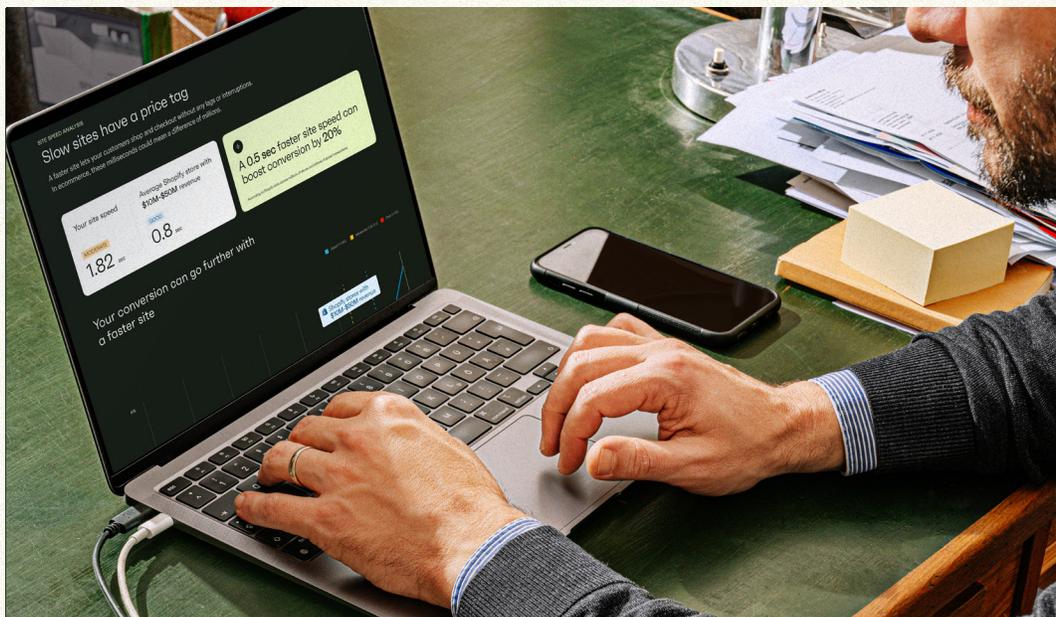
57 %

des CIO ont déclaré qu'ils remplaceraient la moitié ou plus de la technologie actuelle de leur entreprise s'ils pouvaient recommencer

25 %

ont déclaré qu'ils en remplaceraient la majeure partie, voire l'intégralité.

Shopify a énormément investi en infrastructure des plateformes, car nous ne voulons pas que nos clients se préoccupent des coûts et des ressources nécessaires à l'évolution de leur activité. Nous permettons ainsi à nos clients de consacrer plus de temps et de budget à des projets qui ont une valeur ajoutée vis-à-vis de leurs clients, plutôt que de s'évertuer à créer (et recréer) leur site et l'infrastructure de leur serveur.





03

Les ingrédients qui font la force de l'infrastructure de Shopify

TTFB le plus faible

TTB moyen

Shopify

1,99 s

1,4 s

0,51 s

Tous les forfaits Shopify sont intégralement hébergés sur nos serveurs, qui se sont révélés être assez rapides et fiables pour certains des plus grands détaillants au monde. Selon les données Core Web Vitals de Google, un site type Shopify possède un Time to First Byte (TTFB) ou une vitesse de serveur de 0,51 seconde. Le TTFB moyen des autres plateformes de commerce est de 1,4 seconde, le plus lent étant de 1,99 seconde.



En d'autres termes, les serveurs Shopify battent des records de vitesse dans le secteur du commerce. Ils sont jusqu'à 3,9 fois plus rapides que les autres et 2,8 fois plus rapides en moyenne.

Ces différences sautent aux yeux en termes de vitesse de serveur et sont rendues possibles grâce à l'approche de Shopify en matière d'innovation et d'expérimentation, qui se manifeste de deux manières : nous effectuons d'importants investissements pour moderniser notre infrastructure Cloud et nous nous appuyons sur des relations existantes avec nos partenaires du secteur.

Des investissements continus pour moderniser notre infrastructure Cloud



9,3 milliards de dollars

de chiffre d'affaires lors du Black Friday et du Cyber Monday en 2023



35 %

Les sites Shopify sont 35 % plus rapides depuis l'année dernière.

Shopify a réalisé un investissement de taille pour moderniser la disponibilité de notre serveur Cloud, qui se démarque de trois façons différentes. Pour renforcer notre présence déjà forte en Amérique du Nord, nous avons agrandi notre flotte de serveurs Google Cloud à travers l'Europe pour permettre aux sites d'assurer un service au plus près des utilisateurs et de rapprocher les entreprises de leurs clients. Nous utilisons également un CDN Cloudflare qui a plus de 300 points de présence.

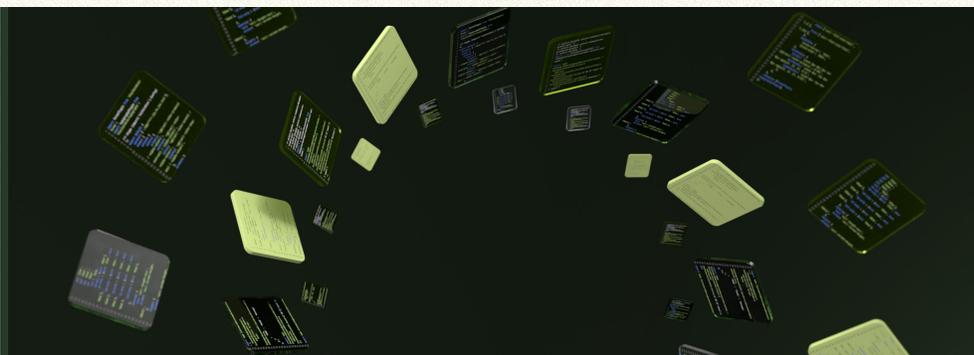
En plus de bénéficier aux marchands quotidiennement, cet investissement n'a jamais été aussi évident que lors du week-end du Black Friday et du Cyber Monday en 2023, lorsque plus de 61 millions de clients dans le monde ont effectué des achats auprès de marques propulsées par Shopify, pour un chiffre d'affaires de 9,3 milliards de dollars. Shopify, c'est également la plateforme idéale pour les ventes flash, propulsant certaines des ventes les plus importantes jamais observées, le tout grâce à une infrastructure aguerrie et éprouvée.

En plus de l'agrandissement de notre flotte de serveurs Cloud, nous avons également annoncé que les sites Shopify étaient 35 % plus rapides l'année dernière. Ce pas de géant est le résultat de nombreux changements clés, y compris :

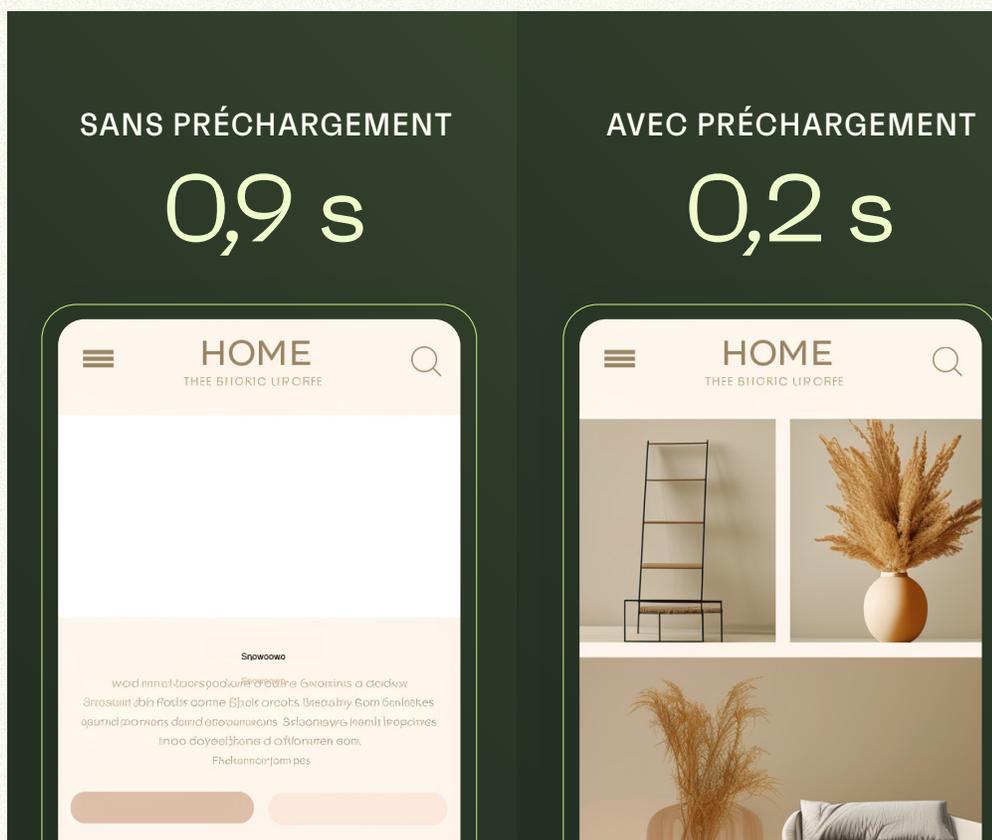
- 1 Un hébergement consolidé, ce qui signifie que le contenu statique partage désormais le même domaine que votre boutique en ligne au lieu d'utiliser `cdn.shopify.com`.
- 2 Les sections et blocs à thèmes peuvent appliquer les techniques de chargement différé de manière intelligente en fonction de l'emplacement de la page.
- 3 Le contenu statique est désormais hébergé sous le même nom de domaine que votre boutique en ligne. Au lancement de Shopify, les bonnes pratiques en matière de moteurs de recherche visaient à héberger du contenu statique comme des images, javascript et CCS sur un domaine à part, tel que `cdn.shopify.com`.

Relations avec les partenaires de l'industrie

Nous cherchons constamment de nouvelles façons d'innover avec nos partenaires afin de proposer des sites web plus rapides à nos marchands. Nous avons récemment commencé une collaboration avec Google Chrome pour mettre en œuvre des Règles de spéculation sur nos sites. Google Chrome précharge une page lorsqu'un utilisateur saisit une URL ou recherche un terme dans la barre de recherche, ou bien remplit toute autre condition selon laquelle un site web utilise l'API Règles de spéculation pour indiquer à Chrome quelle page doit être préchargée.



Comme vous pouvez le voir ci-contre, les Règles de spéculation permettent de charger presque instantanément les médias d'un site web.



Même si, de manière générale, les sites Shopify n'en sont qu'à la phase expérimentale en termes de Règles de spéculation, nous avons commencé à les activer pour certains sites, de façon limitée. Depuis lors, nous avons déjà observé une amélioration de 200 à 300 millisecondes du temps de préchargement.

Ce n'est qu'un exemple des engagements de Shopify pour une innovation continue. Lors de nos [Editions Hiver 2024](#), nous avons annoncé plus de 100 nouvelles mises à jour de nos produits de base pour aider les entreprises à faire évoluer leurs activités commerciales. Cet été, nous annoncerons plus de 150 nouvelles fonctionnalités.

Bien que nous soyons ravis de déclarer que les sites Shopify sont les plus rapides du commerce, nous sommes également convaincus qu'il est indispensable de repousser les limites. Ainsi, nous cherchons sans arrêt de nouvelles façons d'expérimenter et d'améliorer notre infrastructure pour proposer aux clients des sites web incroyablement rapides.

Nous disposons aussi d'un vaste réseau de partenaires qui collaborent avec les entreprises afin d'optimiser la vitesse de leur site, à mesure que leur tech stack évolue et devient plus complexe.

Prenons par exemple **CQL** qui aide les marques Shopify à optimiser leurs performances à différents niveaux, y compris :



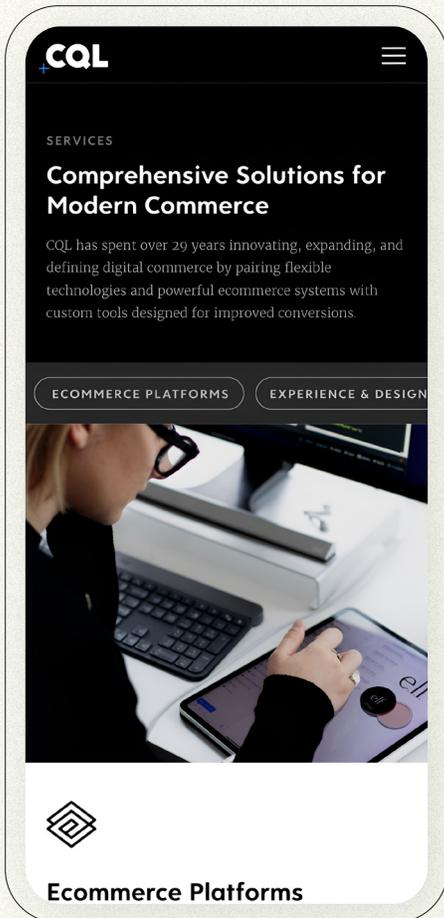
Optimiser et prioriser les images et les médias en utilisant le CDN de Shopify et de bonnes pratiques réactives afin que le client accède rapidement aux médias les plus percutants.



Mettre l'accent sur les interactions entre les scripts et plateformes tiers afin que les très bons outils qui fonctionnent bien seuls puissent continuer à fonctionner au sein d'un écosystème.



Revoir les sections et personnalisations existantes pour tirer parti des nouvelles fonctionnalités de Shopify et de l'évolution des normes de performance.



CQL nous rapporte qu'en alignant les objectifs de performance sur les Core Web Vitals de Google, ses clients ont pu en constater les avantages SEO après la migration vers Shopify. CQL nous explique également que la fiabilité de l'infrastructure de Shopify libère du temps pour ses développeurs, qui peuvent désormais se concentrer sur des projets innovants d'amélioration de la vitesse des sites.

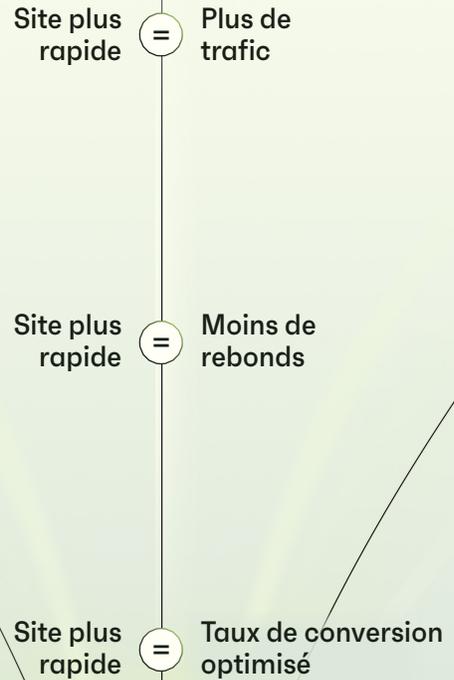
04

Dans quelle mesure la vitesse du site influe sur les taux de conversion

Maintenant que nous avons prouvé que l'infrastructure des serveurs Shopify est la meilleure du commerce, qu'est-ce que cela veut dire pour le résultat net ? Cela veut dire beaucoup.

Nous avons parlé vitesse de site en termes de millisecondes, mais alors que la plupart des sites chargent plutôt rapidement pour les non initiés, ces améliorations, qui semblent insignifiantes, ont en réalité une incidence significative sur le taux de conversion. Selon les données et les recherches de Shopify, augmenter la vitesse de votre site, même d'une demi-seconde, peut augmenter votre taux de conversion. Notons également que la vitesse moyenne d'un site Shopify est d'environ 1,2 seconde.

Vous ne serez peut-être pas surpris d'apprendre que les taux de conversion augmentent si les sites sont plus rapides. Toutefois, il existe d'autres avantages indirects découlant de la vitesse des sites qui, au bout du compte, ont une incidence sur votre capacité à attirer, retenir et convertir les utilisateurs en acheteurs.



Dans quelle mesure la vitesse des sites influe sur le SEO

En 2010, [Google](#) a annoncé que la vitesse des sites serait utilisée comme nouveau signal pour ses algorithmes de classement des recherches. Google a également déclaré :



Plus les sites sont rapides, plus les utilisateurs sont satisfaits et nos recherches en interne ont prouvé que lorsqu'un site est peu réactif, les visiteurs y passent moins de temps.

Cette affirmation a été confirmée à maintes reprises fil du temps, depuis l'annonce de cette mise à jour des algorithmes par Google. Plus votre classement se dégrade, moins votre site web reçoit de trafic et, à terme, votre boutique a moins de chance de convertir en clients les utilisateurs qui visitent votre site.

Les recherches ont également démontré que les utilisateurs d'Internet sont plus impatients que jamais. Récemment, [Semrush](#) a rapporté que votre taux de rebond (soit le pourcentage d'utilisateurs qui arrivent sur une page, puis la quittent) triple si votre page met plus de trois secondes à charger. Par exemple, le taux de rebond à 2 secondes est de 41 %. Le taux de rebond à 1,5 seconde est de 35 %.

Le taux de rebond augmente si le temps de chargement d'une page est trop long

Temps de chargement d'une page	Probabilité de rebond
1 à 3 s	+32 %
1 à 5 s	+ 90 %
1 à 6 s	+ 106 %
1 à 10 s	+ 123 %

Source : [Semrush](#)

Réciproquement, nous avons analysé les données CWV de Google recueillies lorsqu'un acheteur arrive sur un site Shopify et nous avons observé que si la vitesse de votre site augmente d'une demi-seconde, votre taux de rebond s'améliore. Voyons dans quelle mesure la migration vers Shopify influe sur le taux de conversion.

05

Shopify augmente la vitesse de votre site et votre taux de conversion



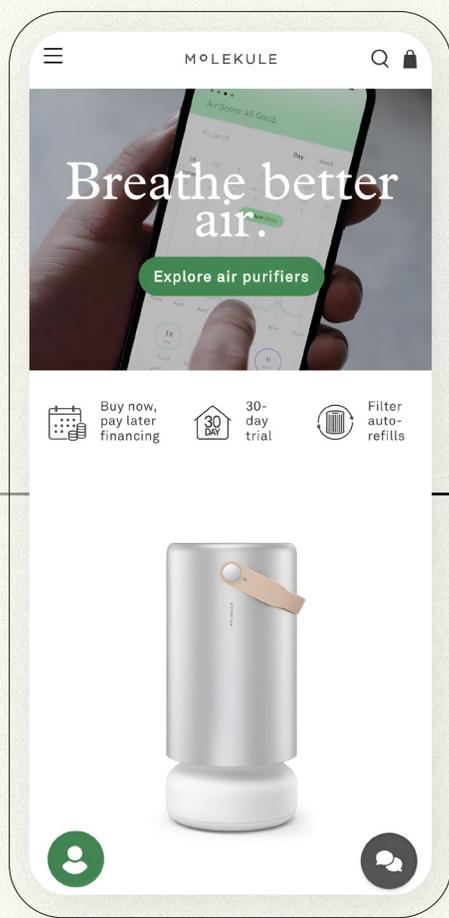
Il est maintenant temps de répondre à la question que tout le monde se pose : pourquoi devrais-je laisser Shopify gérer l'infrastructure de mon serveur ?

Nous avons deux réponses. Tout d'abord, Shopify met un point d'honneur à rester à la pointe de l'innovation en matière d'infrastructure de serveur, rien que pour vous. De plus, les données prouvent que les boutiques Shopify sont les plus rapides au monde et s'améliorent à un rythme effréné.



Nous avons observé qu'en moyenne, nos boutiques chargent 1,8 fois plus vite que les boutiques sur d'autres plateformes et selon les données FCP, 93 % des marques sur Shopify ont un site classé dans la catégorie « rapide » de Google, un chiffre plus élevé par rapport à n'importe quelle autre plateforme.

Bien que nous ayons déjà insisté sur le fait qu'augmenter la rapidité d'une demi-seconde peut améliorer le taux de conversion, nous avons observé à plusieurs reprises des entreprises qui y sont parvenues facilement en migrant vers Shopify.



Parmi elles, on retrouve Molekule, dont le temps de chargement de la page de paiement était de plus d'une minute sur sa plateforme précédente. Depuis sa migration vers Shopify, l'entreprise a vu une nette amélioration de la vitesse de son site et de ses taux de conversion.

75 % de taux de conversion en plus sur mobile

10 % de trafic en plus

7 % de nouveaux abonnés en plus



Notre transition vers Shopify a boosté nos performances de e-commerce et la croissance de nos revenus d'abonnement a changé drastiquement. Maintenant que Shopify gère la complexité du e-commerce pour nous, notre équipe peut se dédier intégralement à la résolution des défis technologiques, promouvoir l'innovation produit et proposer une valeur ajoutée exceptionnelle à nos clients à travers l'application Molekule.

Rachel Beisel

Vice-présidente senior du marketing Molekule



06

Une croissance commerciale exponentielle possible avec une amélioration de la vitesse du site d'une demi-seconde

Les chiffres ne trompent pas. Les nombreuses données publiques disponibles ont permis de prouver que les sites Shopify sont les plus rapides du commerce, et de loin. Par ailleurs, les sites Shopify sont rapides par défaut, en grande partie grâce à notre infrastructure de pointe qui permet aux entreprises de créer des sites web accrocheurs pour tous les utilisateurs, où qu'ils se trouvent.

Nous aurions pu écrire des pages et des pages de rapport avec uniquement des exemples de marques dont la vitesse des sites a augmenté après leur migration vers Shopify. Et il ne s'agit pas d'augmentations graduelles. Des entreprises comme [Transformer Table](#) ont atteint un chiffre d'affaires annuel de 100 millions de dollars après leur migration vers Shopify et, selon elles, l'augmentation de 67 % de la vitesse de leur site y a fortement contribué.

Migrer vers Shopify vous ouvre la voie vers le lancement d'un site web de commerce rapide en un rien de temps. Votre site web ne sera pas simplement rapide, il vous permettra de gagner de l'argent rapidement et, au final, de faire évoluer votre entreprise comme vous le souhaitiez à son lancement.



Faites le point sur la vitesse de votre site avec notre audit de vitesse de site

