

## Webinar

# Comment passer au e-commerce ?

9 Décembre 2021



# SPEAKERS



**Catherine Grizel**  
Partner Conseil en  
transformation digitale &  
Innovation

Co fondatrice de OneSense  
Consulting



**Sophie Dufréhou**  
Directrice Conseil en  
transformation digitale &  
Innovation

Co fondatrice de OneSense  
Consulting



**Johanna Rimo**  
Manager Conseil en  
transformation digitale &  
Innovation

Co fondatrice de OneSense  
Consulting

# ONESENSE CONSULTING

Nous accompagnons nos clients  
pour aller plus loin dans la DIGITALISATION de leur entreprise

FACILITATION &  
ALIGNEMENT  
STRATÉGIQUE

Aligner les équipes sur  
un objectif, un projet, un  
service ou une  
organisation

DESIGN DE  
SERVICE

Comprendre les  
utilisateurs pour  
développer des services  
qui apportent une réelle  
valeur

PILOTAGE DE  
PROJETS  
DIGITAUX

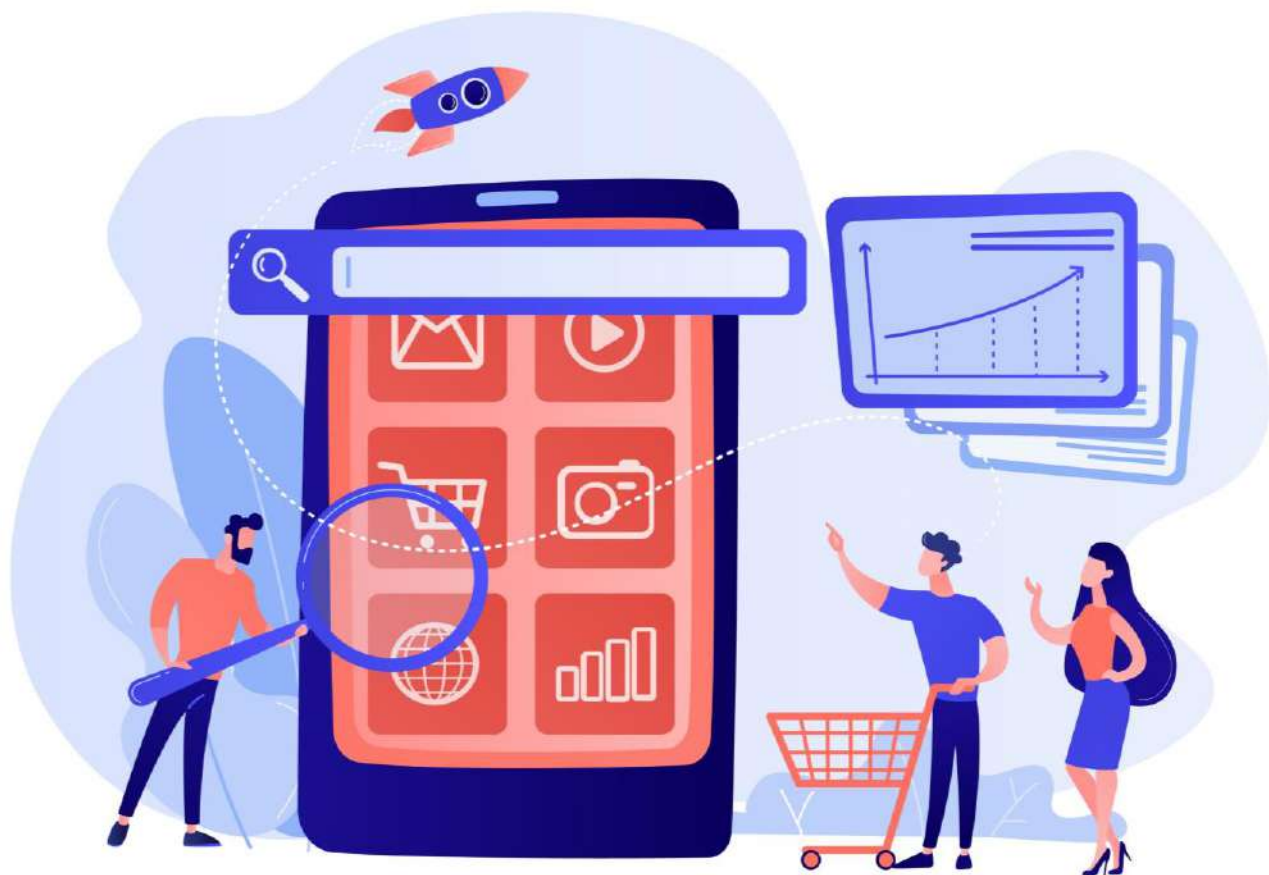
Piloter en mode agile les  
projets innovants pour  
gagner en efficacité et  
garantir l'atteinte des  
objectifs business et  
utilisateur

CONDUITE DU  
CHANGEMENT

Accompagner les  
équipes dans  
l'appropriation des  
nouveaux usages,  
modes de travail  
collaboratifs et nouveaux  
outils

# AGENDA

1. Les questions à se poser avant de se lancer
2. Comment créer sa boutique en ligne ?
3. Comment faire ses premières ventes ?



1. Les questions à se poser avant de se lancer

# +8,5%

Hausse du chiffre  
d'affaires des ventes  
internet

2020 versus 2019

# +32% sur les PRODUITS

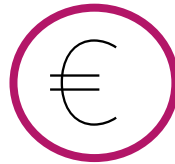
## E-commerce



# POURQUOI PASSER AU E-COMMERCE ?



ATTEINDRE DE **NOUVEAUX CLIENTS** ET AGRANDIR SA ZONE DE CHALANDISE



AJOUTER UN **CANAL DE VENTE** ET AUGMENTER L'ACTIVITÉ GLOBALE



GÉNÉRER **PLUS DE VISITES EN MAGASIN**



RÉPONDRE AUX **ATTENTES DES CLIENTS**



MIEUX **CONNAÎTRE SES CLIENTS** GRÂCE AUX DONNÉES COLLECTÉES



GAGNER EN **PRODUCTIVITÉ INTERNE**

# BIEN CONNAITRE SA CIBLE

Bien connaître sa cible permet de présenter ses produits de façon attractive et efficace

Choisir une cible que vous connaissez bien ou étudiez avec soin votre nouvelle cible

**L'APPROCHE PERSONAE** permet de créer des profils factices, mais réalistes, de ses différents clients cibles

Fiche personae



**Baptiste**  
Restaurateur

**Attentes vis-à-vis de ses fournisseurs**

Réactivité	██████████
Efficacité	██████████
Qualité	██████████
Prix	██████████

**Keywords**

- Rapport qualité/prix
- Nouveautés
- Image de marque
- Satisfaction client

**Objectifs**

- Développer les produits Bio et naturels
- Proposer une carte de vins attractive
- Ne pas avoir trop de stock de vins
- Être livré rapidement

**Problèmes rencontrés**

- Dépend trop de la disponibilité des fournisseurs pour passer des commandes
- Est confronté à des retards de livraison de ses fournisseurs
- A des difficultés à trouver des vins de qualité un peu originaux à un prix raisonnable

**Canaux de communication**

- Mail
- Téléphone
- Rendez-vous physique

**Sources d'informations & types de format**

- Presse spécialisée
- Réseaux sociaux : LinkedIn

Décisionnaire  
Très bonne connaissance des vins  
Déjà client  
A l'aise avec le digital



# QUEL BUSINESS MODÈLE CHOISIR POUR SA BOUTIQUE EN LIGNE ?

## VENTE DIRECTE AVEC STOCK

### ▶ LES +

- Pas d'intermédiaire et de commissions à reverser
- En contact direct avec vos clients

### ▶ LES -

- Plus long à lancer et à gérer
- Plus de travail de service-après vente

## MARKETPLACE

### ▶ LES +

- Forte visibilité et accès à de nouveaux segments de clients
- Protections contre les risques d'impayés, les éventuels fraudes et litiges, etc.

### ▶ LES -

- Commission sur chaque vente réalisée par son intermédiaire
- Forte concurrence
- Fidélisation des clients impossible à mettre en place

## ABONNEMENT

### ▶ LES +

- Revenus réguliers et constants, trésorerie en avance
- Durée de vie client plus longue

### ▶ LES -

- Plus difficile de diversifier ses offres pour satisfaire ses clients

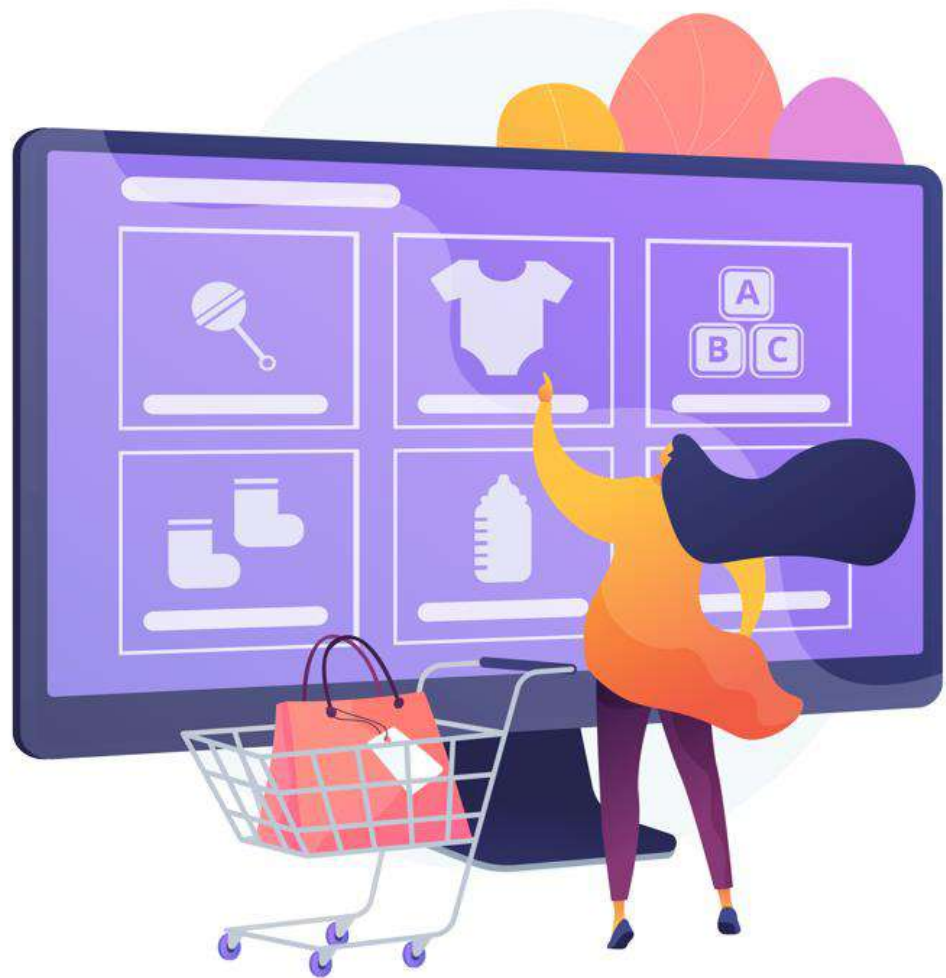
## DROPSHIPPING

### ▶ LES +

- Aucun stock à gérer
- Pas de gestion des envois
- Investissement financier faible

### ▶ LES -

- Manque de contrôle sur la qualité des produits et les délais de livraison



2. Comment  
créer sa boutique  
en ligne ?



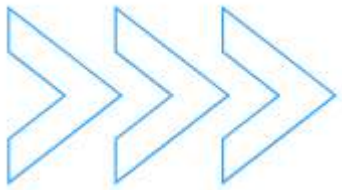
# 1 ACHETER SON NOM DE DOMAINE

Le **nom de votre boutique** est le premier élément que les utilisateurs et les moteurs de recherche verront de vous. Même si cela n'est pas indispensable, il peut être intéressant de choisir un nom qui permette d'identifier ce que vous vendez sur votre site.

## EN PRATIQUE

- Faites un check sur le site de l'INPI pour voir si le même nom n'a pas été déposé, mais également vérifier sur OVH que le nom de domaine que vous envisagez est bien disponible





## 2 CHOISISSEZ LA BONNE PLATEFORME E-COMMERCE

Il existe de nombreux **logiciels en ligne (SAAS)** ou **open source** pour créer votre boutique en ligne



### EN PRATIQUE

- Cadrez le projet et les objectifs de votre site e-commerce
- Définissez les fonctionnalités que le logiciel e-commerce devra proposer
- Déterminez la famille de solutions e-commerce la mieux adaptée à votre besoin
- Comparez et testez 1 à 2 solutions e-commerce



# CADRER LE PROJET ET LES OBJECTIFS DE VOTRE SITE ECOMMERCE

- Taille du catalogue produit ?
- Volume de trafic à court, moyen et long terme ?
- Site multilingue ?
- Gestion d'autres devises que l'euro ?
- Site e-commerce B2C ou B2B ?
- Niveau d'exigence en termes de design ? 100 % sur-mesure ou un site simple basé sur un template personnalisable ?
- Budget pour la création du site ?
- Niveau de maturité en matière d'e-commerce et de marketing digital : débutant/intermédiaire/expert ?
- Objectifs à 1 an, 2 ans ? (CA, trafic, taux de conversion...)

# DÉFINIR LES FONCTIONNALITÉS QUE LE LOGICIEL ECOMMERCE DEVRA PROPOSER

- Types de produits à vendre (physiques, virtuels, téléchargeables) ?
- Intégration d'un blog ?
- Espace client ?
- Système de recommandations sur les pages produits (proposition de produits associés au client) ?
- Options de paiement et de livraison ?
- Livechat ?
- Codes promo, programme de fidélité ?
- Système de click & collect ?

# DÉTERMINER LA FAMILLE DE SOLUTIONS ECOMMERCE LA MIEUX ADAPTÉE À VOTRE BESOIN

## WEBSITE BUILDERS

solutions ecommerce adaptées pour créer une boutique en ligne de taille petite ou moyenne

Dans cette famille de plateformes ecommerce figurent : **Wix Ecommerce, Jimdo, Ecwid, Wizishop**

## SOLUTIONS AVANCÉES

pour créer une grande boutique en ligne (plusieurs centaines de produits) et/ou si besoins ecommerce avancés

- Solutions “SaaS” comme **Shopify** ou **BigCommerce** : logiciels accessibles en ligne et facturés sous forme d’abonnement mensuel ou annuel
- Solutions Open Source comme **Magento** ou **PrestaShop** : code des logiciels “ouverts”, les possibilités de personnalisation sont donc plus importantes...mais la maîtrise de ces solutions est plus complexe

# COMPARER ET TESTER LES SOLUTIONS ECOMMERCE



## DESIGN & TEMPLATES

Nombre de templates, qualité, variété et possibilités de personnalisation

## FONCTIONNALITÉS

Disponibilités des fonctionnalités dont vous avez besoin

## PROFONDEUR FONCTIONNELLE

Pour prendre l'exemple de gestion des stocks : les stocks sont-ils ajustés en temps réel en fonction des commandes clients ?

## ERGONOMIE ET SIMPLICITÉ D'UTILISATION

Important à prendre en compte si vous envisagez de créer votre site ecommerce vous-même

## INTÉGRATIONS

Intégration à vos autres outils marketing, à votre CRM, à votre outil de compta...

## ANALYTICS

Dispositif de pilotage de l'activité e commerce proposé

## PRICING

Au-delà du prix de l'abonnement, commissions sur les ventes facturés

## VERSION MOBILE

Navigation mobile et affichage sur les appareils mobile

## SEO

Fonctions de référencement SEO proposées

## SUPPORT

Disponibilité du support, réactivité, nombre de canaux de dialogue disponible : email, téléphone, tchat...+ centre de ressources (tutoriels...)

## SÉCURITÉ

Niveau de sécurité proposé

## ÉVOLUTIVITÉ

Si ambitions de croissance forte pour votre boutique en ligne



# 3 PERSONNALISER VOTRE BOUTIQUE ET AJOUTER DU CONTENU

Présenter son histoire (expliquer le pourquoi)  
Mettre en avant ses différences (être authentique)

## EN PRATIQUE :

- Quelles sont vos motivations et vos ambitions ?
- Quelles sont vos valeurs ?
- Quel changement souhaiteriez-vous apporter au monde ?

*Nos achats sont plus émotionnels  
que rationnels*



# CHECKLIST DES CONTENUS QUE VOUS DEVEZ CRÉER



MENTIONS  
LÉGALES

CGV

HOME  
PAGE

FICHES  
PRODUITS

PAGES  
CATÉGORIES

A PROPOS

CONTACT

FAQ

BLOG



# 4 SÉLECTIONNER UNE PASSERELLE DE PAIEMENT

Un prestataire de paiement sera indispensable pour encaisser les paiements de vos clients

## EN PRATIQUE

- Utilisez une solution de paiement **sécurisée** qui donne confiance à vos clients
- Proposez différents moyens de paiement : par carte bancaire, Paypal et virement, 99 % des visiteurs pourront acheter vos produits.





# 5 ORGANISER LA LOGISTIQUE E-COMMERCE

Les délais et coûts de livraison sont des **éléments déterminants dans la décision d'achat**. Selon l'IFOP, ils constituent la première cause d'abandon de panier (devant le prix, le produit et la sécurité).

## EN PRATIQUE :

Voici ce qui est important pour vos clients en matière de livraison :

- des délais de livraison rapide
- la possibilité de choisir le mode de livraison pouvoir suivre son colis et son avancée,
- retourner gratuitement un colis.

→ Rôle dans la **fidélisation** de vos clients

6

## ASSURER LA PROTECTION DES CLIENTS

Information et recueil  
du consentement  
client

Mailing  
Utilisation de cookies

Cadre contractuel

Conditions Générales de Vente  
Droit de rétractation

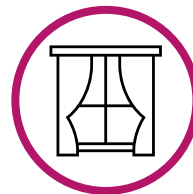
Processus de  
commande

Étapes explicites  
Paiement en ligne sécurisé

# 7

## TRAITEMENT DES DONNÉES PERSONNELLES & CONFORMITÉ RGPD

Identité, signature, mail,  
géolocalisation ....



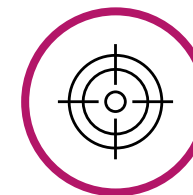
Unicité, loyauté,  
transparence



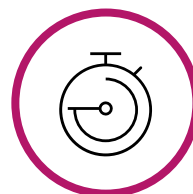
Registre des  
traitements, analyse  
d'impact, DPO



Minimisation des  
données récoltées



Limitation des  
finalités



Durée de  
conservation



Confidentialité



3. Comment faire  
ses premières  
ventes ?

# ACQUÉRIR DU TRAFIC QUALIFIÉ

## RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)

Méthode dite « gratuite » nécessitant une certaine expertise et des outils SEO

3 piliers : Contenu, mots clés (de qualité, varié, structuré), Technique (accessibilité du site, responsivité, langage), popularité (avis, notation, recommandations)

## MARKETING D'INFLUENCE

Partenariat avec des influenceurs sur les réseaux sociaux

## PUBLICITÉ EN LIGNE (SEA)

Achat de mots clés via Google Ads

Publicité sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Pinterest, Instagram

## INBOUND MARKETING

Création et partage de contenus à forte valeur ajoutée à la bonne personne pour la faire progresser petit à petit dans le tunnel de vente



# GAGNER LA CONFIANCE DES VISITEURS



Quelques freins à l'achat observés chez les clients :

- le site ne fait pas sérieux
- il ne semble pas sécurisé
- la peur de se faire pirater sa carte bleue
- impossible de savoir quand la livraison aura lieu
- pas de moyens de contacter l'entreprise derrière le site
- la fiche produit n'est pas complète (il manque les dimensions par exemple),
- les photos du produit ne sont pas de bonne qualité

Mettez en avant à plusieurs endroits du site des éléments de réassurance.



## Collecter et afficher les avis clients

- Envoyer automatiquement une invitation à laisser un avis quelques jours après la réception du produit
- Offrir des récompenses en échange d'un avis (code promo par exemple)

# OPTIMISER EN CONTINU L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR



Objectif : créer un  
**PARCOURS D'ACHAT LE PLUS  
FLUIDE POSSIBLE,**  
en supprimant tous les freins  
à l'achat, tous les obstacles



## ANALYSER LES STATISTIQUES DE VISITE DU SITE

Pages qui convertissent le mieux  
Pages qui perdent le plus les visiteurs



## METTRE EN PLACE RÉGULIÈREMENT DES TESTS UTILISATEURS

Test par des inconnus  
Transmission de feedbacks



## ENVOYER UNE ENQUÊTE DE SATISFACTION APRÈS UN ACHAT

Envoi automatique par email  
Feedback clients sur comment s'est passé la  
commande, la livraison, ce qui aurait pu être  
amélioré



En conclusion : créer sa boutique en ligne en 2021 n'est plus aussi compliqué qu'avant. Entre le nombre de solutions de création de site e-commerce qui a explosé, et la facilité avec laquelle vous pouvez mettre en ligne une boutique en quelques heures, il ne tient qu'à vous de vous lancer !

# OneSense

Consulting

<https://onesense-consulting.fr>

Catherine Grizel

[catherine.grizel@onesense-consulting.fr](mailto:catherine.grizel@onesense-consulting.fr)

06 71 92 65 96



Sophie Dufrechou

[sophie.dufrechou@onesense-consulting.fr](mailto:sophie.dufrechou@onesense-consulting.fr)

06 77 12 89 43



Johanna Rimo

[johanna.rimo@onesense-consulting.fr](mailto:johanna.rimo@onesense-consulting.fr)

06 03 11 00 03

