

eCommerce

Bien préparer
son projet de site
de vente en ligne



Ajouter au panier





1. Pourquoi passer le cap du e-commerce ?

(e-commerce signifiant commerce électronique)

Le commerce via l'Internet est aujourd'hui un outil incontournable du paysage économique français, européen et mondial. En France ce sont 25 milliards d'euros dépensés sur le Net ce qui représente une hausse de 26% en 2009. Plus de 24 millions de Français achètent sur Internet et il existe plus de 64 000 sites marchands soit une augmentation de + 35% en un an. (sources : Médiamétrie, FEVAD).

La vente en ligne offre des avantages à plusieurs niveaux. Elle permet de développer le chiffre d'affaire, d'élargir la clientèle, de vendre en dehors des heures d'ouverture, de faire connaître vos produits à l'échelle nationale, européenne ou mondiale, de réduire vos coûts de fonctionnement ou encore de faire face à la concurrence.

Le commerce en ligne peut être une véritable opportunité et un outil de croissance efficace. Cependant, il convient d'observer quelques règles préalables et de réfléchir attentivement à la mise en place d'une telle solution.

2. Privilégiez le partenariat professionnel

Même si construire soi-même un site vitrine simple est aujourd'hui à la portée d'un internaute averti, créer un

site de vente en ligne reste l'affaire de professionnels. En effet, l'esthétique et l'ergonomie de votre site de e-commerce doivent être sans faille, fonctionnels de manière optimale et aptes à capter vos futurs clients en quelques secondes. Seul un professionnel de la création de site de vente en ligne saura vous conseiller et maîtriser les technologies



mis en œuvre : gestion de contenu, paiement en ligne sécurisé, gestion de base de données, référencement actif...

Faites jouer la concurrence et visitez le « book » des sites créés par les prestataires afin de vous faire une idée de leurs styles et de leurs produits.

3. Prévoyez un budget adéquat

Malgré la baisse du coût moyen d'un site internet, gardez à l'esprit qu'un site de vente en ligne coûte beaucoup plus cher qu'un simple « site vitrine ». Cela s'explique simplement par un temps de travail plus élevée, une structure et des technologies plus complexes à mettre en œuvre. Prévoyez un budget quatre à cinq fois plus élevé que pour un « simple » site.



4. Mesurez le temps et les compétences

Avant d'entamer une réflexion poussée sur la mise en place de votre site e-commerce, sachez qu'une boutique de commerce électronique, correctement construite et référencée, génère autant de travail qu'une boutique réelle. Vous aurez à gérer le stock, les flux, les commandes, la relation client, etc... Ne sous-estimez pas le temps à consacrer à cette activité. Prévoyez dès le départ le temps de travail futur. Trouvez les compétences en interne ou prévoyez l'embauche du personnel nécessaire. Sinon, le risque est de vous retrouver vite débordé. Prenez garde, car des commandes mal gérées, des délais de livraison trop longs, un manque de réactivité face au client risquent très rapidement de jouer en votre défaveur, nuisant à la réputation de votre boutique e-commerce et faisant fuir définitivement les clients. L'interface commerciale devient virtuelle, mais l'activité reste très concrète et réelle.



5. Préparez votre site de manière professionnelle

Optez pour un design professionnel :

En théorie, votre site doit « accrocher » le client en moins de quatre secondes. L'esthétique et l'ergonomie sont vos principaux atouts. Ils doivent traduire le sérieux, la confiance, la qualité des produits et services du site. Évitez les couleurs criardes, la musique, les clignotants, les fenêtres « pop-up », les textes trop longs ou encore les cases et les colonnes rigides. Référez-vous aux sites qui vous plaisent ou qui ont du succès. Faites confiance à un expert du design qui saura vous conseiller sur les tendances actuelles.

Soignez les images :

Vos clients ne choisissent les produits que sur un simple coup d'œil. Proposez donc des photos de qualité, lumineuses, précises et bien cadrées. Au besoin, proposez plusieurs vues d'angles différents. Aménagez vous un espace photo avec appareil numérique « pro » ou faites appel à un photographe qui saura mettre en lumière votre catalogue.

Achetez un nom de domaine :

Une boutique professionnelle doit se présenter sous son nom propre, du type « www.maboutique.fr » ou « .com ». Tout autre nom de domaine du type « www.fournisseurADSL.com/maboutique » ou encore une redirection vers une structure communautaire « blog » ou une extension bizarre



« .fr.st » ou « .biz » donneront une image négative d'amateurisme. L'achat du nom de domaine peut être pris en charge par le prestataire de création du site et ne coûte que quelques euros par an. Pre-

mier arrivé, premier servi, un nom de domaine est réservé à l'année. Pensez à le protéger en réservant les extensions annexes .com .net etc...

Proposez un paiement sécurisé :

Soyez clairs et transparents. Affichez les prix, les

conditions de ventes, les délais et les taxes diverses applicables au ventes au sein de l'UE ou à l'étranger et les modes de paiement acceptés. Offrez un système de paiement sécurisé par carte bancaire et également par chèque.

Passer provisoirement par un tiers tel que « Paypal » peut être une solution de départ, mais il est



conseillé de passer très rapidement au paiement par CB classique de Vente à Distance (VAD). Un peu plus contraignant à mettre en place, ce système est moins coûteux

à l'usage pour vous, rassure les client et facilite les transactions. Les études statistiques prouvent que plus vous offrez de solutions de paiement, plus les clients concrétisent leurs achats.

Mentions obligatoires et conformité :

Veillez à être en conformité avec la Loi, le code de la consommation et le code du commerce en particulier.

Vous devez indiquer « **toute information nécessaire au client pour se faire une idée précise de la marchandise ou de la prestation de service** » ainsi que toute information concernant les prix, les taxes, conditions de livraison et frais divers, de manière claire et accessible.

De plus, vous devez vous identifier clairement, c'est à dire indiquer **le nom de votre société, l'adresse physique du siège social, un numéro de téléphone, le numéro SIREN, la mention RCS suivi nom de la ville du greffe d'immatriculation.**

Enfin, en cas de récupération de données personnelles (nom, adresse, coordonnées bancaires...) de vos clients, vous devez non seulement les prévenir grâce aux mentions obligatoires, mais aussi déclarer ces bases de données à la CNIL, via un formulaire simplifié disponible à l'adresse suivante : <http://www.cnil.fr>

Vérifiez l'orthographe :

Conseil évident, mais d'une importance majeure. De simples fautes d'orthographe ou des coquilles peuvent entacher la réputation et le sérieux de



votre boutique. N'oubliez pas que le jugement des clients est encore plus rapide et subjectif sur internet que dans les rapports traditionnels.

Favorisez l'ergonomie

Choisissez un site facile d'emploi, sans procédures compliquées, aisé à la compréhension et à la lecture. Pensez à la tranche d'âge de vos



client potentiels. Facilitez l'impression des pages, proposez le téléchargement de catalogues ou de fiches produits. L'usage de votre site doit être le plus naturel possible.

6. E-marketing, des outils indispensables

Rien ne sert d'avoir une « boutique en ligne » si personne ne la connaît ou si les clients n'y achètent rien. La réussite passe par l'usage d'outils et méthodes spécifiques au monde de l'internet.

Soyez originaux

Proposez des tarifs et un catalogue différents de ce que l'on trouve ailleurs sur l'internet ou dans le commerce traditionnel.

Fidélistez

Usez d'opérations de fidélisation, tels les comptes d'abonnements, les promotions, certains frais gratuits, des offres réservées...

Faites vivre le site

Rendez-le vivant. Mettez les pages régulièrement à jour, insérez de nouveaux produits, modifiez des détails esthétiques, bref, soyez actif. Un site figé et rigide, sans nouveautés ni impression de vie sera vite oublié et rejoindra la masse grandissante des sites « fantômes ».

Faites-vous connaître

Parlez de votre site autour de vous, indiquez l'adresse sur vos cartes de visites, publicités de

presse, flyers. Existez sur l'internet, indiquez votre adresse web sur des forums, faites une campagne de publicité par mailing ou sur les réseaux sociaux, créez et animez un blog. Ces actions favoriseront le référencement naturel du site.

Un impératif, le référencement

Il s'agit d'un ensemble d'opérations techniques réalisées par le créateur du site ou par une société spécialisée. Cela passe par une construction adéquate du site web, l'insertion de mots-clés dans sa structure, l'inscription dans des annuaires web, des comparateurs de prix et des sites portails, l'utilisation de logiciels de référencement, la soumission aux moteurs de recherche, l'usage de services publicitaires on-line ou le partenariat avec d'autres sites web complémentaires à votre activité.

Sans référencement, la vie et la réussite de votre boutique en ligne sont voués à l'échec à court terme

Il est judicieux de dégager un budget annuel spécifique pour cette opération vitale. Parlez-en avec votre prestataire. Le simple fait d'exister sur internet n'assure pas la réussite.

Prévoyez de faire régulièrement un bilan de retour sur investissement

Votre site peut intégrer des outils de statistique. Vous pourrez analyser la progression des visites, le temps passé par les visiteurs, le site web d'origine des visiteurs et la progression des achats par références et par périodes.

En cas de baisse de fréquentation ou de ventes, contactez votre prestataire pour une analyse fine. Votre site a peut-être besoin d'un « relookage », les options de paiement proposées ne sont peut-être plus au goût du jour, les conditions de ventes plus vraiment concurrentielles.



L'internet évolue en permanence et la concurrence y est très vive. Pour être efficace, un site, même conçu avec stratégie, doit se remettre en question régulièrement pour rester au goût du jour. N'hésitez pas à réaliser des enquêtes de satisfaction.



Bonnes affaires sur internet !



Pour aller plus loin

Consultez l'annuaire des prestataires sur
www.juratic.com

Jur@TIC soutient le développement des technologies de l'information et de la communication dans le Jura, dans une démarche de service public.



Nos financeurs

Pour tous renseignements complémentaires

Jur@TIC

25, avenue de la Marseillaise

39000 Lons-Le-Saunier

09 54 83 39 39 (tarif local)

contact@juratic.com

www.juratic.com