

& NUMÉRIQUE COMMERCE

Avec

Gilles Prévot

de



Organisateurs

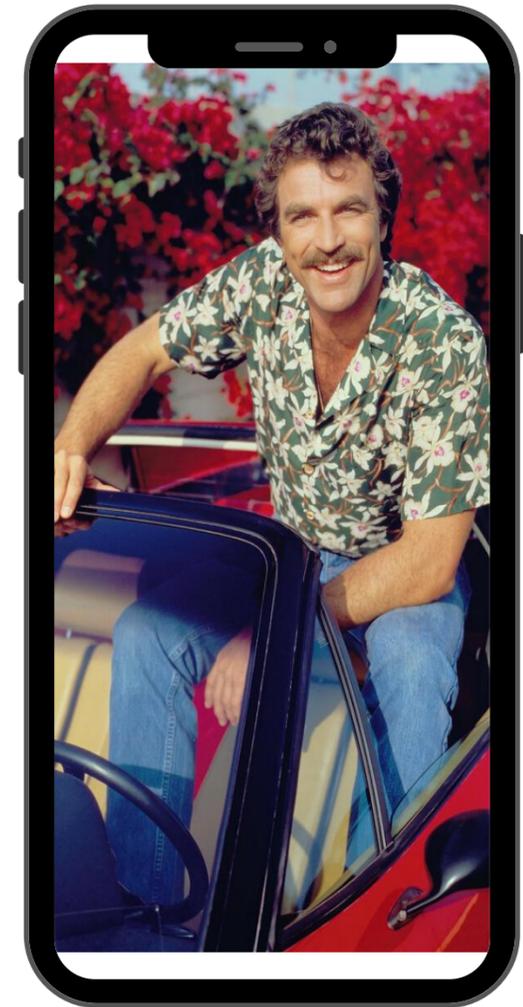


EUREKATECH

Pourquoi ce livret digital ?

Afin de vous proposer un service **clefs en main** pour vous aider dans le développement de votre stratégie.

Découvrez toutes les questions à se poser avant de créer un **site de vente** et les meilleurs conseils pour qu'il soit **optimisé**.



Site vitrine & Site e-commerce

Avant toute chose il est essentiel de bien définir votre besoin et votre objectif afin de savoir si il est plus pertinent pour vous développer un site vitrine ou un site e-commerce ou site marchand.



Site vitrine

Le site vitrine repose sur les mêmes principes que votre vitrine physique, il sert à attirer les clients et est composé de votre nom, logo, localisation et fait une brève description des produits ou services que votre entreprise propose.



Site e-commerce

Le site marchand est une véritable boutique en ligne, on y retrouve les produits disponibles à la vente et une caisse pour acheter le produit. Celui-ci nécessite une structure digitale sécurisée afin d'assurer la transaction financière.



Avant de se lancer...

Il faut se poser quelques questions, vous n'aurez certainement pas toutes les réponses et c'est bien normal mais soyez conscient que ces questions il faut y réfléchir avant de créer votre site marchand ou de confier le développement à un professionnel.





Les 4 points clés !

1. Quel est votre métier ? Revendeur / Importateur / Fabricant ?

En fonction vous n'aurez pas les mêmes marges, faites attention à avoir au minimum **30% de marge brute** pour se lancer sur Internet.

2. Comment sécuriser son réseau d'approvisionnement de produits ?

Un produit met du temps à être référencé et visible sur Internet, il est essentiel de proposer des produits que le client pourra retrouver régulièrement et non un produit régulièrement en rupture de stock...





Les 4 points clés !

3. Quel est le positionnement de votre marché sur la toile ?

Il faut bien **identifier ses clients**, font-ils partis d'une communauté, est-ce un marché de niche, des particuliers, des professionnels ? Vous devez les connaître !

Il est aussi essentiel de bien observer votre concurrence, il vous faut **un avantage concurrentiel** par rapport à eux sinon ça sera très compliqué de vous démarquer et donc de vendre en ligne.

Le processus ne sera pas la même en fonction de votre typologie de clientèle : particulier ou professionnel.

B to B = Business to Business = professionnel

B to C = Business to Consumer = particulier



BtoB / BtoC ? FOCUS

Focus sur les différences entre la vente en BtoB et en BtoC

	Vente en B to C , à des particuliers	Vente en B to B , à des professionnels
La décision	Individuelle	Plusieurs personnes
Le délai de décision	Court	Long
Les étapes de décision	Aucune	Plusieurs étapes
Coût du produit / du service	Faible ou moyen	Elevé
Définition du prix	Prix au détail	Prix négocié ou contractuel
Utilisation d'Internet	Recherche et comparaison de prix	Recherche et collecte d'informations





Les 4 points clés !

4. Construire et optimiser votre base de données !

Vous allez devoir référencer tous les produits que vous allez vendre sur votre site, il faudra une fiche produit pour chacun. Cette fiche comprend généralement de nombreuses références : remplissez la correctement et de façon astucieuse en utilisant des **mots clés** ou **#Hashtag** permettant **une meilleure visibilité à votre produit** ainsi que des **photos**.

Cette base de données est à préparer impérativement avant de se lancer. Il faut la préparer de façon méthodique. Une base de donnée bien construite vous fera gagner du temps.





Open source ou propriétaire ?

Quelle solution choisir entre open source ou propriétaire ? 🤔

	Solution Open Source	Solution Propriétaire
Définition	Logiciel dont l'accès au code source est autorisé par l'auteur	Logiciel développé par une personne qui en est le propriétaire. Sources inaccessibles sans autorisation du concepteur
Avantages	Liberté de modifications en autonomie et faible coût de mise en place	Site et fonctionnalités réalisés sur-mesure et mise en place rapide
Inconvénients	Nécessite l'ajout de modules complémentaires et mise place plus longue	Coûts supplémentaires pour chaque nouvelle demande (développement, modification...)
En conclusion ?	Propriétaire de toutes les données de structure du site web	Les données de la structure du site web n'appartiennent qu'au concepteur





Le référencement

Le référencement ou comment être visible et attirer les clients ?

Les professionnels le disent souvent *“ça ne sert à rien d’avoir un super site si personne ne le voit !”* . Une phase incontournable de votre stratégie e-commerce sera donc le référencement. Le référencement c’est le faire d’être visible sur Internet afin d’attirer des clients sur votre site.

Le référencement naturel : ou SEO (Search Engine Optimization), englobe l’ensemble des méthodes et techniques qui visent à positionner les pages web de votre site internet dans les premiers résultats naturels des moteurs de recherche (notamment Google, mais aussi Bing, Yahoo et consorts).

Le référencement payant : ou SEA (Search Engine Advertising) désigne toutes les actions qui relèvent de la création et de l’optimisation des publicités qui s’affichent dans les résultats des moteurs de recherche tel que Google Adwords par exemple. On parle parfois de liens sponsorisés, de référencement payant ou tout simplement de *Search*. Ces liens apparaissent généralement au-dessus ou à droite des résultats naturels.





Le référencement

Comment arriver en tête des recherches sur Google et autres moteurs de recherche ?



AUGMENTER

régulièrement le nombre de pages/produits



CONTRÔLER

systematiquement les mots clés recherchés



AJOUTER

une meta description qui incite au clic dans les résultats de Google



PRENDRE

des photos originales et soigner leur référencement dans Google image



CRÉER

une chaîne Youtube et y intégrer des vidéos de présentation de produits



JOUER

au maximum la carte du local (si point de vente existent)





Quelle solution de paiement choisir ?

Paiements par mobiles sans contact : **Le plus tendance**

Paiements par carte bancaire : **Le plus classique**

Paiement par crédit en ligne : **Idéal pour étaler le paiement par mensualité**

Paiements en 3 fois sans frais : **Idéal pour les petites dépenses ponctuelles**

Paiement par Paypal : **Idéal pour rassurer le client sur la confidentialité de ses infos bancaires**

Paiements par chèque / virements / mandats : **Idéal pour les plus réticents**



Payez en
3, 5 ou 10 fois
sans frais





Annuaire & places de marché

L'annuaire web :

C'est un site web proposant une liste classée de sites Web. Le classement se fait typiquement dans une arborescence de catégories, censée couvrir tout ou partie des centres d'intérêt des visiteurs.

Pourquoi ?

Pour pousser les mots clés pertinents.

Annuaire spécialisé = lien spécialisé

Comment le choisir ?

Avec un bon pageRank = note attribuée par Google en fonction de la notoriété et de la qualité du site

La place de marché:

C'est le nom donné à une application web commerciale fournissant, via des tiers, des biens ou services.

Pourquoi ?

Visibilité immédiate par les internautes

Référencement dans les moteurs de recherche

Marketing de l'offre au sein de la plateforme

Attention !

Il faut avoir minimum 30% de marge sur ses produits pour aller sur une place de marché car ce genre de plateforme prend une commission de 5 à 20% HT sur les ventes.





Que faire en interne ? en externe ?

Développer un site e-commerce c'est comme construire une maison vous ne pouvez pas tout faire, chacun son métier. Consacrez votre temps à ce que vous savez faire !

Les métiers du web sont complexes et il en existe un très grand nombre, rien que pour un site e-commerce il faut penser au développement, au graphisme, au référencement, au moyen de paiement, aux produits... Vous ne pouvez pas tout faire ! Alors prioriser ce que vous maîtriser et ce qu'evous allez confier à un expert.

Vous devez maîtriser : vos fournisseurs, vos produits, vos tarifs, votre marge et la logistique

Il est préférable de **faire appel à un expert** : la gestion du site, le graphisme, le référencement des produits, la mise en place d'une stratégie marketing et promotionnelle, la communication sur les réseaux sociaux, l'analyse des statistiques, la réalisation des visuels produits...





Se former au métier d'e-commerçant

Cette présentation vous donne envie de vous lancer et de vous former au métier d'e-commerçant ? [Pep's Web](#) propose des formations éligibles au CPF.

Site de vente	Site vitrine	Community management	Référencement & marketing
4 jours / 28 heures	4 jours / 28 heures	3 jours / 21 heures	2 jours / 14 heures
Compétences / Maîtrise / Développement	Gestion / Thème / Graphique	Social / Communauté / BtoB	Outils / Visibilité / Résultats
A partir de 1800€ HT	A partir de 1800€ HT	A partir de 1350€ HT	A partir de 900€ HT



& NUMÉRIQUE COMMERCE

Avec

Gilles Prévot

de



Organisateurs



EUREKATECH