



Faire du commerce en ligne

Actuellement, près de 34 millions de cyberacheteurs visitent tous les jours des sites marchands.

Cela représente un fort potentiel pour les entreprises qui comptent sur le web pour développer leur activité. En 2013, 51,1 milliards d'euros de CA (+ 13,5 % sur un an) ont été réalisés par plus de 138 000 sites marchands en France (+ 17 % sur un an).

Entre 2005 et 2013, le nombre de sites marchands a été multiplié par 10 et le CA par 6.



Le site Internet est un outil idéal pour :

- **Mettre en scène son savoir-faire** et ses **produits** et/ou **services**.
- **Développer sa notoriété** et son **image** de marque.
- **Capter une clientèle plus large** que celle de son canal de distribution traditionnel et la **fidéliser**.
- **Dialoguer, communiquer, et entretenir une relation privilégiée** avec son environnement (clients, fournisseurs, partenaires), etc.



SÉCURITÉ DU SITE

Le site marchand doit permettre de **réaliser des transactions sécurisées lors de la commande et du paiement.**

Les bases de données du site, qui contiennent votre catalogue, vos tarifs, vos fichiers clients, comptes utilisateurs (logins/mots de passe) doivent notamment faire l'objet d'une attention particulière. **Demander au prestataire de préciser les dispositifs de sécurité mis en œuvre.**

La sécurisation du paiement **peut être assurée par votre banque** qui met en œuvre le système de paiement.



FORMALITÉS JURIDIQUES

Le site marchand ou E-Commerce est un lieu de transaction entre vendeur et acheteur. La vente se faisant à distance, **le consommateur n'a pas la possibilité de voir et d'essayer le produit.** Ainsi le législateur tente de le protéger, en obligeant les professionnels à préciser un certain nombre d'informations sur le site. Par conséquent il faut indiquer les « **Mentions Légales** » auxquelles s'ajoutent **les informations relatives à l'offre**, que l'on appelle **Conditions Générales de Vente (CGV).**



Faire du commerce en ligne

LOGISTIQUE

Ce point est crucial, il couvre les éléments suivants :

Préparation
du colis

Expédition
du colis

Suivi
du colis

Gestion des
retours / SAV

Il faut apporter un grand soin à chaque étape. Le colis que recevra le client véhicule **l'image de l'entreprise.** Son suivi **rassure le client** et la possibilité (légale) de **retourner le produit le sécurise.**

Ce sont des arguments de vente, ne l'oubliez pas !

suite...





SAV

Acquérir un nouveau client coûte 10 fois plus cher que d'en conserver un. Cela doit vous faire prendre conscience de la **qualité du SAV** à mettre en place sur un site e-marchand.

Il faut être en mesure de proposer en ligne le **même niveau de qualité** et de **professionnalisme** que dans votre boutique. Les outils numériques le permettent. Vous pouvez combiner service de **rappel téléphonique, formulaire interactif, SMS, FAQ, communication sur les médias sociaux**, preuve de votre réactivité envers vos prospects et clients.



GESTION DE LA RELATION CLIENT

Un site marchand permet de collecter naturellement et de manière relativement transparente **un grand nombre de données sur vos clients et leur comportement** (coordonnées, centres d'intérêt, requêtes saisies dans les moteurs de recherche, panier d'achat, achats effectifs, lieux et horaires de connexion, etc.).

La gestion de la relation client doit vous permettre d'exploiter au mieux ces données pour créer une **relation relation de confiance personnalisée** avec chacun de vos prospects et clients. L'objectif est de **le fidéliser pour lui vendre plus.**

FAVORISER L'ÉCOUTE DES CLIENTS

Dans l'optimisation du site, le rôle des internautes est important. Leurs remarques et critiques peuvent aider l'e-marchand à **améliorer des aspects essentiels** comme **le positionnement, les fonctionnalités** ou encore **les informations sur les produits.**

Faire du commerce en ligne

Attention, la collecte de ces données au travers de cookies est soumise à quelques règles.

L'internaute doit notamment être informé de l'utilisation des cookies par votre site. Il doit avoir la possibilité de les refuser.