

Bonjour et bienvenue !

Votre webinaire commence dans quelques minutes

COVID-19

LA CCI EN SOUTIEN
DES ENTREPRISES



ALLO PME

Pour aider les entreprises en difficulté, les CCI des Pays de la Loire ont mis en place une plateforme.

Contactez-nous

02 40 44 6001

coronavirus.pme
@paysdelaloire.cci.fr



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Webinaire commerçants, hôteliers, restaurateurs et autres prestataires touristiques

Comment démarrer la vente en ligne ?



CCI des Pays de la Loire



**CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE**

1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Pour trouver le contact de votre CCI :

<https://www.cci.fr/coronavirus-entreprise>



Vos contacts locaux sont là pour vous accompagner

Recherche par code postal
Votre code postal Valider

Recherche par carte



Ain
Bertrand GLAIZAL
Tél : [04 74 32 13 00](tel:0474321300)
E-Mail : conjoncture@ain.cci.fr

Allier
Stéphanie SIMONNET BUJADOUX
Tél : [04 70 02 50 02](tel:0470025002)
E-Mail : entreprise@allier.cci.fr

Ardèche
Claude VEYRENCHÉ
Tél : [04 75 88 07 07](tel:0475880707)
E-Mail : covid19@ardeche.cci.fr

Beaujolais
Olivier RICHARD
Tél : [04 74 62 73 00](tel:0474627300)
E-Mail : info.covid@beaujolais.cci.fr

Le contexte et les objectifs

- Suite à la crise mondiale Covid-19 -> mesures de fermeture des commerces non alimentaires en France
- La consommation hors alimentaire se fait depuis en grande partie sur internet -> via des sites marchands et/ou des marketplaces
- L'objectif est aussi de -> communiquer facilement et rapidement pour maintenir du lien, maintenir de l'activité, préparer la sortie de crise

Les enjeux

- Essayer de maintenir une activité dans le contexte actuel
- Préparer la reprise
- Développer son activité post-confinement

Programme du webinar

- Ce qu'il faut savoir pour lancer un projet e-commerce
- Les sites marchands
- Les places de marché



Ce qu'il faut savoir pour lancer un projet e-commerce

Ouvrir une boutique en ligne c'est

Gérer une nouvelle boutique :

- Vitrine à créer
- Stock et inventaire à gérer
- Commandes à traiter
- Communication à mettre en place et actions marketing
- SAV et contacts pour les clients en ligne

Pourquoi se lancer dans le e-commerce ?

- Montrer et diffuser largement son catalogue aux clients
- Trouver de nouveaux clients, prospects
- Elargir sa zone de chalandise : toute France
- Toucher d'autres cibles
- Etendre ses horaires (24h/24, 7j/7)
- Augmenter, maintenir ou diversifier son chiffres d'affaires
- Dynamiser son commerce
- Moderniser sa communication

Éléments à intégrer dans votre projet de e-commerce

- Temps à passer pour la gestion du site : mise à jour des articles, suivi des commandes
- Animation du point de vente en ligne comme le point de vente physique : opérations commerciales, mise en avant produits, relation clients (emailing, SMS...)
- Gestion de la logistique, des stocks et du service client
- Visibilité et communication : stratégie de communication à prévoir
- Utiliser les éléments de rassurance : être joignable (téléphone ou formulaire de contact), être transparent sur les frais et mode de livraisons, offrir plusieurs solutions de paiement, indiquer les délais de livraison, conditions de retours etc.



Les sites marchands

Les sites marchands

QUELLE PLATEFORME CHOISIR?



WOO COMMERCE



PrestaShop



Les sites marchands

2 types de solutions :

- Solution « CMS »
 - délai de réalisation plus long
 - intervention d'un prestataire (agence, freelance) ou connaissance en développement web
 - solution évolutive et optimisable
- Solution « clé en main »
 - plus rapide à mettre en place
 - par abonnement (pas de coût d'investissement de départ)

Principales solutions « CMS »

- Prestashop – Offre spéciale Coronavirus :
<https://www.economie.gouv.fr/coronavirus-e-commerce-offres-preferentielles-commercants#>
- Wordpress, en intégrant la fonctionnalité WooCommerce
- Magento

Exemples de solutions « clés en main »

- Wix
- ePro Shopping
- Oxatis
- Shopify
- Wizishop
- ...



- <https://www.appvizer.fr/magazine/marketing/ecommerce/plateforme-e-commerce>
- <https://www.lafabriquedunet.fr/top-logiciels-creation-site-ecommerce/>

Comment choisir la solution adaptée ?

Chaque solution a ses avantages et inconvénients.

Pour choisir il faut définir :

- La taille du catalogue
- Les fonctionnalités dont vous avez besoin (gestion SAV, SEO, gestion multilingue...)
- Votre budget
- Le temps à consacrer pour gérer la boutique en ligne
- Le besoin de relier le site à votre ERP ou caisse

Comment choisir la solution adaptée ?

- Petit catalogue, petit budget et peu de fonctionnalités nécessaires, peu de budget pour la visibilité SEO/SEA
 - Préférence pour un site clé en main
- Catalogue important, stratégie de relation client, projet d'internationalisation ou de forte progression, performance SEO, besoin de relier le site à la caisse de la boutique
 - Préférence pour un site CMS

Comment se lancer ?

- Contacter un prestataire (CMS) OU se connecter à la plateforme « clé en main », possibilité d'avoir une assistance
- Préparer son catalogue produits :
 - photos (de qualité, qui présentent le mieux possible le produit sous différents angles)
 - contenu texte de la fiche produits : caractéristiques techniques, avantages, ...
- Avoir une des solutions de paiement : contrat VAD avec sa banque
- Avoir des CGV validées par un juriste
- Préparer la logistique : envoi colis
- Gérer la relation clients : être dispo avant et après vente
- Communiquer : via GMB et réseaux sociaux

Comment réussir ?

- S'approprier les codes du e-commerce
- Mettre en valeur les produits : bonne description et belles photos > avoir un contenu (visuel et texte) sur son activité qui rassure et donne envie
- Prévoir une stratégie de communication : lancement puis pérennité
- Entretenir la communauté via les réseaux sociaux
- Mettre à jour régulièrement et proposer de la nouveauté
- Bien gérer ses stocks
- Assurer la logistique et la relation client
- Travailler son référencement (Google)



Les marketplaces

Définition

Une place de marché est une **plateforme de vente en ligne**

où sont proposés des espaces réservés à des vendeurs indépendants moyennant un abonnement et une commission sur les ventes

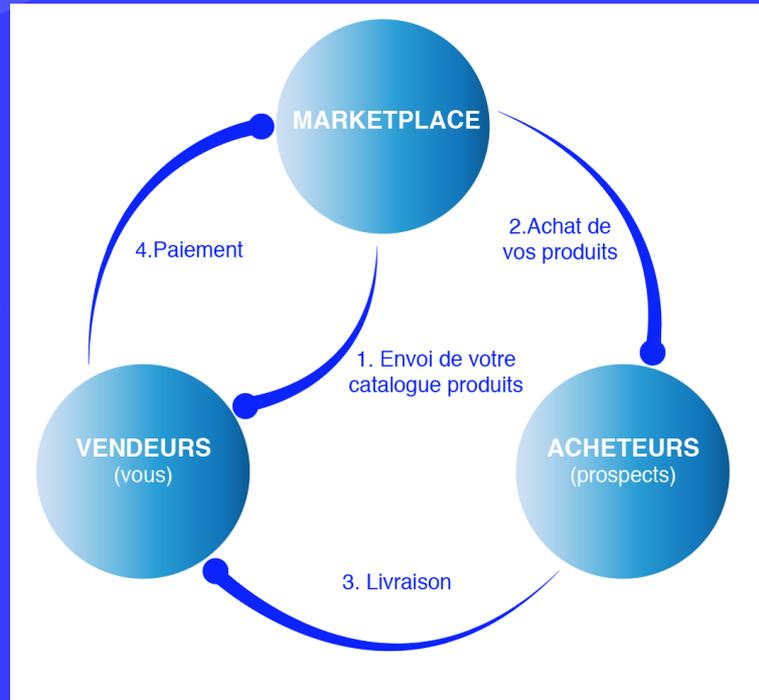
Source : [Shokola.com](https://www.shokola.com)

Le principe

➤ Elles peuvent être :

- BtoC ou BtoB
- Généralistes ou spécialisées

Comment ça marche ?





**Pourquoi vendre sur une
marketplace ?**

Pourquoi vendre sur une marketplace ?

- Élargir sa visibilité
- Bénéficier du référencement de la plateforme
- Développer son CA
- Gérer ses stocks (produits ancienne collection, ...)
- Bénéficier du référencement de la plateforme
- Bénéficier des outils marketing intégrés (analyse concurrence, pub)
- Bénéficier des outils de commande, de suivi, de logistique, de paiement
- Levier pour tester un nouveau marché
- Lancer sa marque
- Ecouler des stocks
- Doper les ventes et mieux négocier avec les fournisseurs
- Confiance du client envers la place de marché
- Internationaliser ses ventes, vendre à l'étranger
- Ne pas avoir de site marchand



Réussir sur une marketplace

Les clés de la réussite

- Commencer petit : 1 place de marché pour bien maîtriser le process, avec peu de produits
- Bien choisir ses produits : en stocks et rentables
- Bien rédiger ses fiches produits (descriptif complet, attributs...)
- Avoir une bonne trésorerie : délais de paiement de la plateforme
- Utiliser les liens sponsorisés et la pub
- Gérer les avis clients
- Préparer sa logistique
- Assurer la gestion client / le SAV

Mesurer son efficacité : indicateurs choisis

- ❑ quantité [évolution volume CA, nombre de produits]
- ❑ rentabilité [marge]
- ❑ écoulement des stocks (obsolètes, ...) [volume stock]
- ❑ innovation [évolution vente produit.s]
- ❑ notoriété [évolution vente de produits « boutique »]
- ❑ spécificité.s (made in France, caractéristique « unique », ...) [évolution CA]
- ❑ qualité [notes, contenu des avis]
- ❑



Les types de marketplace

Top 10

TOP 10 DES MARKETPLACES EN FRANCE

1.	Amazon	30,8 millions	13,4 millions	Oui SNCF	6.
2.	Cdiscount	20,1 millions	10,9 millions	Vinted	7.
3.	Booking	15,4 millions	10,5 millions	Groupon	8.
4.	Fnac	14 millions	10,4 millions	eBay	9.
5.	Veepee	13,7 millions	10 millions	Airbnb	10.



Les marketplaces généralistes

- Amazon
- Cdiscount
- Ebay
- Rakuten (Price Minister)
- Ali Express
- Rue du Commerce
- Fnac.com
- La Redoute

The Amazon logo consists of the word "amazon" in a bold, lowercase, black sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and points towards the letter 'z', resembling a smile.The Cdiscount logo features the word "Cdiscount" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letter 'C' is orange, while the rest of the word is dark grey. Below the main text is the tagline "VOUS ÊTES PLUS RICHE QUE VOUS NE LE CROYEZ" in a smaller, all-caps, grey font.The eBay logo is the word "ebay" in a lowercase, sans-serif font. Each letter is a different color: 'e' is red, 'b' is blue, 'a' is yellow, and 'y' is green. A small "tm" trademark symbol is located to the right of the 'y'.The Rakuten logo is the word "Rakuten" in a bold, uppercase, red sans-serif font. A thick red horizontal line is positioned below the letters 'u' and 't'.

Les marketplaces spécialisées

- Etsy (produits créateurs)
- Zalando
- Mano Mano
- The Beautyst (cosmétique)
- Empreintes (métiers d'art)
- Unik-market
- Marketmeuble
- Burofactory
- ...



Etsy

 zalando

Les marketplaces permettant une recherche locale

- Cdiscount
- Ebay
- Epicery
- Le Bon Coin
- Ma Ville Mon Shopping
- Petitscommerces
- Rakuten
- Teekers
- Wynd

Les solutions locales

- Place Vendée
- Wishibam
- Achetez à
- Ma Ville Mon Shopping
-

Comment faire ?

Choisir sa.ses marketplace.s en fonction :

- des produits à vendre
- de la cible clients
- des conditions financières

Créer son (ses) compte(s)

- Créer son compte vendeur sur la plateforme en suivant les instructions
- Préparer ses ventes :
 - Produits
 - Fiche produits
 - Prix
- Préparer sa logistique : envois et retours colis
- Être disponible pour la relation clients (avant et après vente)

Gestion externalisée : les gestionnaires de flux

Quelques exemples :

- **Lengow** : 1800 diffuseurs dans le monde, mäj des fiches, actions sur les réseaux sociaux
- **Shoppingfeed** : SEO sur les plateformes, optimisation processus commande
- **Beezup** : organisation simple de la diffusion des produits, marketplaces et comparateurs de prix
- **Iziflux** : interface unique (simplicité), marketplaces et comparateurs de prix
- **Neteven** : uniquement marketplaces, monde entier, simple, mäj stocks, gestion automatisée
- ...

Les prestataires pour vous aider

- Agences webmarketing
 - Approche stratégie globale
 - Expertise globale
 - Coût +
- Freelance
 - Action
 - Expertise dans un périmètre donné
 - Coût -

#covid19 : Préparation des colis

- Respect des consignes sanitaires pour les préparations et livraisons de colis
- > Appliquez systématiquement les gestes barrières, porter gants et masques

#covid19 : Livraisons à domicile

À domicile, la livraison sans contact se déroule dans les conditions suivantes :

- Les livraisons s'effectueront en priorité dans les boîtes aux lettres normalisées du destinataire. Les expéditeurs sont encouragés à optimiser la taille de leurs colis, afin de faciliter au maximum ce type de livraison.
- En cas de livraisons n'entrant pas en boîte aux lettres normalisée, le livreur prévient le client ou la personne désignée de son arrivée (en frappant ou en sonnant).
- Le livreur dépose le colis sur le pas de la porte et s'écarte immédiatement d'une distance de minimum 1 mètre de la porte, avant ouverture de la porte par le client.
- Il peut laisser le colis sur le pas de la porte ou s'assurer, à distance que le colis a bien été réceptionné par le client. Il ne recueille pas de signature manuscrite auprès du client.
- L'objectif est de ne pas être en contact proche et, en particulier, de ne pas se passer le colis de la main à la main.

Initiatives de soutien aux commerçants

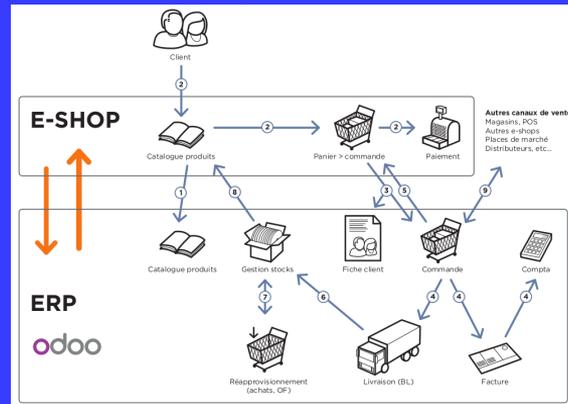
- Wishibam : accès gratuit
- Petits Commerces <https://soutien-commerçants-artisans.fr/> bons d'achat pour les commerces
- La Poste www.mavillemonshopping.fr : accès gratuit
- Place Vendée <https://www.placevendee.fr/> : accès gratuit
- Prestashop : tarif préférentiel
- Wizishop : accès gratuit

Bon à savoir

- Financement possible d'intégration de solutions techniques spécifiques = aides régionales Pays de la Loire Investissement Numérique

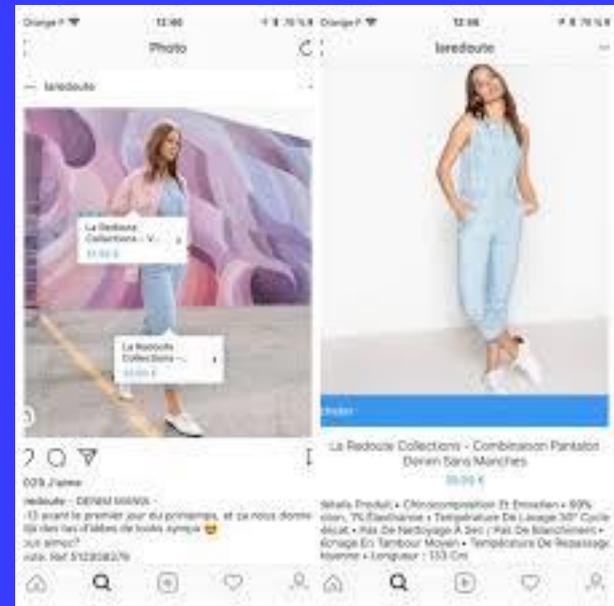
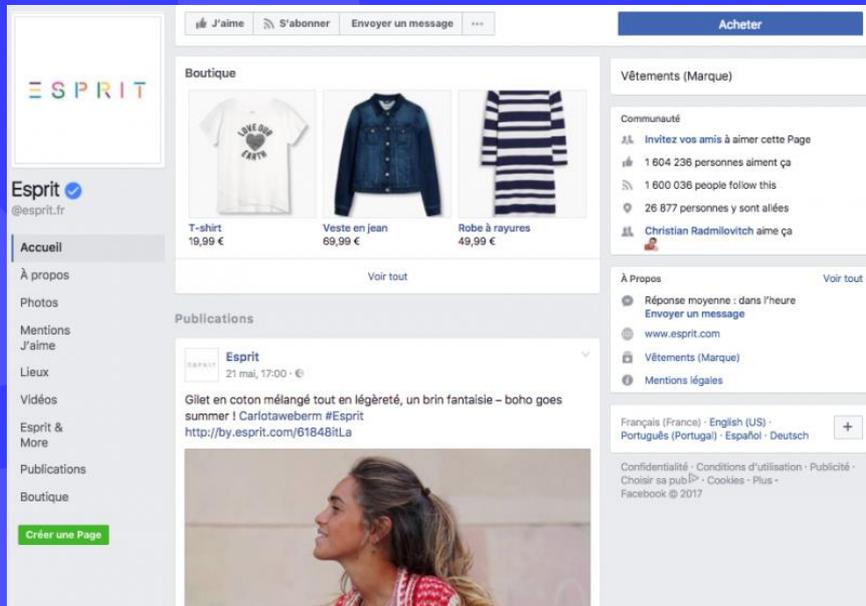
Exemple : Connexion entre la caisse/l'ERP et le site = aide à la gestion des commandes et des stocks

> <https://www.paysdelaloire.fr/politiques-regionales/politiques-numeriques/actu-detaillee/n/pays-de-la-loire-investissement-numerique/>



Bon à savoir

- Avec un site marchand, possibilité de relier des produits sur les réseaux sociaux (Boutique Facebook, Instagram Shopping)



Prochain webinaire

Mardi 14 avril à 11h

**Comment garder le contact et
communiquer en temps de crise sur
internet ?**

Pour aller plus loin

- Demandez un RDV conseil avec un conseiller

Vos conseillers numériques

- CCI Le Mans – Sarthe

Vincent LE PARC - vincent.leparc@lemans.cci.fr

- CCI de Maine et Loire

Didier REVEAU – didier.reveau@maineetloire.cci.fr

- CCI de Mayenne

Amandine DEROUET - amandine.derouet@mayenne.cci.fr

- CCI Nantes - St Nazaire

Caroline ANDRE-LECESNE - caroline.lecesne@nantesstnazaire.cci.fr

- CCI de Vendée

Charlotte LOIZEAU - charlotte.loizeau@vendee.cci.fr



pour votre attention

#PrenezSoinDeVous