



Guide du E-Commerce

Boostez votre activité
de e-commerce



Introduction

Vous préparez les premières vitrines de votre boutique en ligne ou envisagez de développer votre activité à l'international ? Quelle que soit la réponse, l'avenir vous réserve d'innombrables opportunités.

1 400 milliards de dollars

de ventes supplémentaires dans le e-commerce d'ici 2025¹

4,6 milliards

de consommateurs réaliseront des achats en ligne en 2024, soit une hausse de 34 % par rapport à 2020²

77 %

des internautes dans le monde achètent chaque mois des produits en ligne³

Nous avons créé ce guide afin de vous aider à vous démarquer dans ce secteur stimulant et concurrentiel. Il est divisé en cinq chapitres proposant des informations simples et claires. Vous pouvez le lire du début à la fin, comme un livre classique, ou vous rendre directement dans l'une des rubriques, en utilisant notre code couleur très pratique.

**Le e-commerce est un concept d'avenir.
Alors faites en sorte de développer votre activité de manière optimale !**

Les données contenues dans ce document ne sauraient être interprétées comme des conseils juridiques, fiscaux, financiers, comptables ou commerciaux. Elles visent uniquement à fournir des informations générales sur le commerce et les entreprises. Ces contenus, informations et services ne sauraient se substituer aux conseils d'un professionnel compétent, tel qu'un juriste, un cabinet d'avocats, un comptable ou un conseiller financier.

Remarque : pour les sites internet non disponibles en français, le lien vous redirigera soit vers une version anglaise, soit vers la version d'origine de la page.

1. [Euromonitor International](#) 2. [Statista, Digital Marketing Outlook, Sept 2020](#) 3. [We Are Social/Hootsuite](#)

Sommaire

- | | |
|---|------------|
| 1. Se lancer dans le e-commerce | P03 |
| 2. Optimiser son activité pour mieux se développer | P07 |
| 3. Comprendre les coûts | P12 |
| 4. Fidéliser les clients | P18 |
| 5. Accéder à de nouveaux marchés | P23 |

Légende des rubriques

OPPORTUNITÉS

De nouvelles opportunités à découvrir grâce aux recherches et aux analyses

STRATÉGIE

Des idées pour perfectionner votre offre et atteindre plus rapidement votre objectif

ACTIONS

Des mesures concrètes à adopter pour développer votre activité

CONSEILS

Les conseils de spécialistes pour vous aider à prendre des décisions éclairées

Chapitre 1 :

Se lancer dans le e-commerce

Dès le début, prenez les mesures nécessaires pour optimiser votre activité de commerce en ligne : définissez clairement votre stratégie, familiarisez-vous avec votre marché et organisez votre logistique.

OPPORTUNITÉS

Pourquoi se lancer dans le e-commerce ? La stratégie omnicanale

L'intérêt du e-commerce est sa dimension pratique. En optimisant votre site pour tous les terminaux, vous assurerez aux utilisateurs une expérience omnicanale parfaitement fluide, ce qui vous offrira un avantage sur vos concurrents.

90 %

Le taux de rétention client est **90 %** plus élevé sur les plateformes omnicanales⁴

13 %

Le montant moyen d'une commande est **13 %** plus élevé sur les plateformes omnicanales que sur les boutiques ayant une stratégie monocanale⁴

x 2,5

La fréquence d'achat est **2,5 fois** plus élevée sur les plateformes omnicanales que sur les boutiques ayant une stratégie monocanale⁴

4. [Omnisend](#)

ACTIONS

Le pouvoir de l'organisation

Votre business plan n'est pas gravé dans le marbre et il est inutile de le détailler sur 50 pages. Le monde actuel du e-commerce est en constante évolution. Mieux vaut pouvoir s'adapter rapidement. Voici quelques exemples de points à définir dans votre plan :

- **Marché cible** : qui sont vos clients et où vivent-ils ? La procédure d'expédition à l'international vers leur pays est-elle fluide ? **(Pour en savoir plus sur les expéditions internationales, rendez-vous au [chapitre 3](#))**
- **Marketing et communication** : comment allez-vous atteindre votre cible et consolider votre image de marque ?
- **Prévisions** : planifiez les dépenses, ventes et bénéfices attendus
- **Étapes et objectifs** : que voulez-vous avoir accompli dans 1 mois ? 6 mois ? 1 an ?
- **Équipe et ressources** : identifiez les collaborateurs , partenaires et fournisseurs nécessaires à votre activité

Vous trouverez de nombreux modèles en ligne, souvent accessibles gratuitement. Après quelques recherches, choisissez celui qui vous convient le mieux.

Vous pouvez, par exemple, utiliser [ce modèle trouvé sur Shopify](#) qui est à la fois gratuit, complet et facile à compléter.

CONSEILS

Les astuces de ShippyPro pour développer une stratégie omnicanale

L'adoption d'une approche omnicanale peut vous aider à optimiser l'expérience client et à exploiter au maximum l'ensemble des différents points de contact. Voici quelques conseils de ShippyPro pour définir une stratégie omnicanale efficace.

- 1 Adopter une technologie** : regroupez vos différentes plateformes et investissez dans un système fiable de gestion des commandes pour connaître l'activité de chaque point de contact et avoir une visibilité sur les stocks et les envois.
- 2 Identifier les besoins des consommateurs** : demandez des commentaires à vos clients afin de cerner leurs besoins et leurs attentes. Analysez le comportement des utilisateurs en ligne et adaptez votre stratégie en fonction des résultats.
- 3 Connaître le marché** : renseignez-vous sur vos concurrents. Identifiez les entreprises qui proposent des produits identiques aux vôtres et celles présentes à l'échelle internationale. Vous pourrez ainsi adopter une approche similaire (voire plus compétitive).

Francesco Borghi, Directeur général de ShippyPro