

Francis Baconnet Création Multimédia

10 conseils avant de lancer votre site e-commerce.

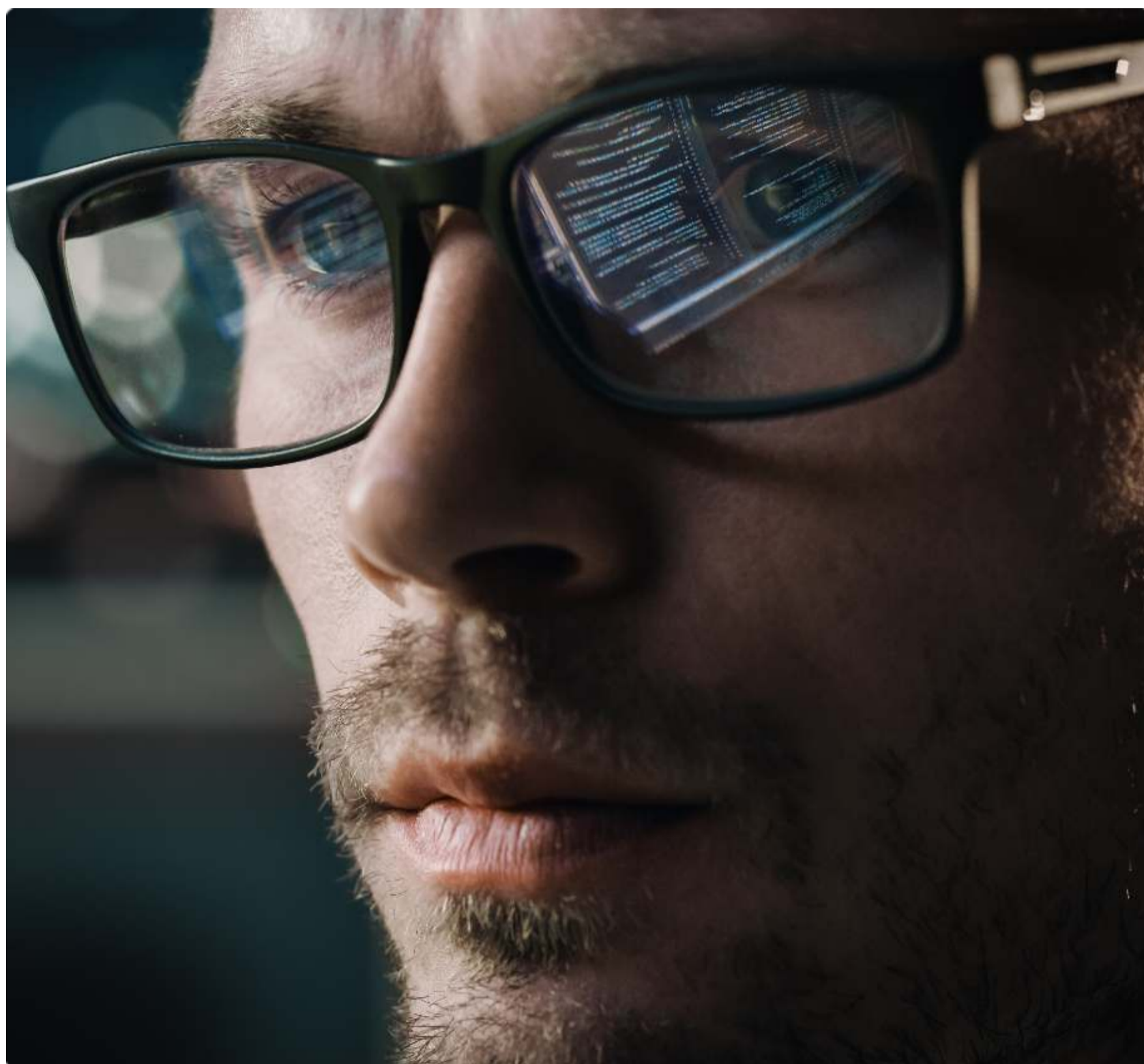


Bonjour et bienvenue dans la découverte de ce petit fascicule qui contient 10 conseils essentiels avant de vous lancer dans le e-commerce.

J'ai rédigé ce document en me basant à la fois sur ma propre expérience et sur les sites que j'ai réalisés pour différents clients.

- Vous avez l'idée de lancer votre site e-commerce et vous ne savez pas par où commencer ?
- Dans quel ordre effectuer les différentes étapes à mettre en place pour faire naître votre site e-commerce ?

Laissez-moi vous guider dans l'élaboration et la préparation de votre business en ligne.



Conseil numéro 1 : déterminer votre secteur d'activité

Il est important de bien choisir le type de produits que vous avez envie de vendre.

Si vous souhaitez créer une activité e-commerce, c'est certainement que vous avez déjà une idée de ce que vous souhaitez commercialiser.

J'attire votre attention sur le fait que plus un produit est niché, plus il sera facile de se mettre en avant pour le vendre car vous ne bénéficierez d'aucune concurrence.

Et cela pourra vous aider au niveau de votre référencement.

Il en va de même si vous souhaitez vendre des services.

Conseil numéro 2 : analyser la concurrence

Beaucoup vous diront qu'avant de se lancer dans la commercialisation d'un nouveau produit, il est important de s'assurer que celui-ci répond aux besoins des clients et qu'il est donc nécessaire de réaliser une étude de marché.

Ils n'ont pas tort, mais à l'ère du digital, est-il nécessaire de faire une étude de marché ?

Peut-être devrais-je poser la question différemment :

- Comment analyser votre futur marché avec les outils de marketing en ligne et de référencement naturel ?

Il est important, à cette étape, d'identifier vos concurrents, leur positionnement sur le marché, leur mode de communication et la part de marché qu'ils ont.

Une fois que vous aurez identifié ces différents points, il vous faudra choisir un axe de communication qui vous permettra de vous démarquer de leur ligne marketing.

Pour cela il sera important d'identifier vos points forts, par exemple :

- Est-ce que vous vendez des produits que vos concurrents ne vendent pas ?
- Si vos produits sont identiques, avez-vous imaginé une communication différente ou plus marquante ?

Vous devrez aussi, en fonction de vos concurrents et de vos produits, définir votre client idéal :

- quelles habitudes de consommation a-t-il ?
- quelle est son sexe, sa tranche d'âge ?
- quelle est sa situation professionnelle ?
- quelle est sa problématique?...

Conseil numéro 3 : réaliser un cahier des charges

Maintenant que vous avez identifié les produits et votre client idéal, il est important de passer à la création de votre cahier des charges.

Ce cahier des charges peut être réalisé en trois parties.

La première concerne la gestion de votre activité professionnelle.

- Quel sera votre statut juridique ?
- Allez-vous avoir une boutique en ligne et une boutique physique ?
- La gestion bancaire sera-t-elle physique ou en ligne ?
- Allez-vous passer par un comptable ?
- Allez-vous vendre uniquement en France ou dans la Communauté Européenne ?
- Souhaitez-vous vendre à l'international ?

Pour répondre à ces questions, je peux vous guider et vous expliquer vos obligations sous la forme de cours personnalisés.

La seconde concerne la mise en idée de votre site.

C'est un des points très importants puisque vous créez une boutique en ligne !

Pour cela je vous recommande de faire un croquis où vous mettrez le nom de domaine qui correspond à la page d'accueil et les pages qui vont y être reliées.

- Quel nom de domaine choisir ?
- Allez-vous choisir une solution SAAS ou CMS de type WordPress ?
- Combien de pages prévoyez-vous sur votre site ?
- Combien de produits allez-vous avoir dans votre catalogue ?
- Vos produits peuvent-ils être groupés par catégories ?

Par exemple, dans le cadre d'un site e-commerce de vêtements, vous pourriez avoir :

- une catégorie enfant,
- une catégorie homme,
- une catégorie femme.

Un autre critère à prendre en compte est la couleur des vêtements, la taille...

- Prévoyez-vous de faire un blog pour pousser le référencement naturel de vos produits, qui contiendra lui aussi des catégories différentes des catégories de produits
- Avez-vous besoin d'une newsletter pour informer vos clients? C'est très important pour communiquer avec votre clientèle
- Avez-vous besoin de pages marronniers, pour vendre en fonction des saisons, des périodes calendaires ?

Par exemple :

- pour Noël
- pour les soldes d'hiver
- pour la Saint-Valentin
- pour les soldes d'été...

Dans le cadre des pages marronniers, la liste peut être longue mais cela apporte un avantage dans le temps par rapport à des articles de blog.

- Quels vont être les moyens de paiement ?

On en arrive à un autre point important: la gestion des commandes.

Tout cela doit être planifié de façon à pouvoir bien expliquer votre besoin et vos objectifs au webmaster qui réalisera votre site afin qu'il vous propose la solution la plus adaptée.

La troisième concerne la réalisation de votre site.

C'est une étape importante et beaucoup de gens minimisent le travail qu'elle nécessite.

1. Avant de lancer la phase de réalisation de votre site, il faut avoir un catalogue produits. C'est l'élément indispensable à tout site e-commerce. Vous devez avoir pris contact avec des fournisseurs et obtenu les données des produits que vous vendez, c'est-à-dire un texte de description et des images.
2. Il est possible de formater votre catalogue en format CSV de façon à pouvoir l'importer dans votre solution e-commerce. Cependant j'attire votre attention sur la partie rédactionnelle de votre catalogue qui doit être SEO Friendly.

Comprenez par ce terme que vous avez la possibilité de faire du référencement naturel à travers votre site. Chaque page, chaque produit, chaque article de blog doit être travaillé pour pousser votre positionnement sur les moteurs de recherche et transformer votre site internet en un accélérateur de chiffre d'affaires.

3. On en arrive au troisième point, le rédactionnel. Car faire un texte qui plaît aussi bien à votre clientèle qu'aux algorithmes des moteurs de recherche est un travail sur le long terme. Pour cela deux options s'offrent à vous :
 - a. Vous former pour apprendre à faire du rédactionnel pour le web
 - b. Sous-traiter la rédaction de vos contenus

De mon point de vue un subtil mélange des deux est nécessaire. En effet, il faut à la fois comprendre comment fonctionne le référencement naturel et déléguer la création de contenu optimisé SEO à un rédacteur web, ce qui vous apportera du confort dans la gestion de vos tâches quotidiennes.

Pensez bien à travailler sur le long terme à travers la récurrence de publication. Votre retour sur investissement en sera récompensé !

En sous-traitant la partie référencement, vous n'aurez pas à vous abonner à des outils spécifiques au SEO qui coûtent cher et sont souvent complexes. Ensuite, prenez bien le temps d'analyser les données de votre site avec votre **consultant SEO** pour améliorer et optimiser sa fréquentation.

4. Trouvez un prestataire pour la création de votre site et je dis bien **votre_site** !

Vous devez être propriétaire du nom de domaine de l'hébergement ainsi que de la suite du CMS et des extensions qu'il va installer. Certes cela va représenter un coût supplémentaire à la création de votre site mais cela vous garantit également une certaine liberté. En cas de conflit avec votre webmaster, vous aurez accès à tous les outils pour continuer à faire vivre votre business.

Je parle de cela en connaissance de cause...

De plus cela vous permettra de bien maîtriser les coûts aussi bien au niveau de la réalisation que de la gestion quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle de votre site.

Conseil numéro 4 : La partie juridique

La part juridique concernant la création de votre site internet n'est pas à négliger. Outre les CGV, les CGU, les mentions légales et les politiques de confidentialité, tout doit être conforme à la réglementation et aux lois françaises si vous résidez en France.

Éviter de faire des copier-coller d'autres sites, cela ne fonctionnera pas en cas de litige...

Mon conseil : discutez-en avec un juriste.

Petite astuce : je propose les documents clés en main à un tarif très avantageux...

Conseil numéro 5 : La partie sauvegarde

On n'en parle pas assez mais avoir un système de sauvegarde automatique de son site sur un espace dédié, comme par exemple un Google Drive, peut être une solution extrêmement intéressante en cas de problème sur votre site. Il existe pour ça différentes extensions que votre webmaster doit connaître et mettre en place en prévision du pire scénario.

Conseil numéro 6 : La sécurité de votre site

Beaucoup de clients créent des sites sans aucune sécurité. Hélas lorsque le site a été piraté, il est bien souvent trop tard. Soyez conscient que vous êtes responsable des données que votre site contient. Bien souvent, vos clients vont payer par carte bancaire ou avec l'un des autres modes de paiement que vous leur proposez (Paypal, Stripe, Apple Pay...), vous êtes donc responsable de la sécurité de votre site contre le piratage informatique.

Heureusement, des solutions existent. Si vous souhaitez sécuriser votre business en ligne, je vous invite à me consulter.

Conseil numéro 7 : La maintenance de votre site

Votre site est vivant et il a besoin qu'on soit aux petits soins pour lui. Régulièrement, il faut mettre à jour son thème et les extensions, veiller à ce que les sauvegardes se fassent correctement, être vigilant aux questions de sécurité. Si vous ne souhaitez pas faire vous-même la gestion des mises à jour, pensez à prévoir un contrat de maintenance avec le créateur de votre site web.

Conseil numéro 8 : Le marketing en ligne

Votre site est prêt et vous attendez le lancement de cet événement qui va peut-être changer votre vie.

Mais, avant de le mettre en production, avez-vous pensé à votre marketing en ligne ?

- Avez-vous préparé une ligne éditoriale pour les 6 mois, 1an à venir ?
- Combien d'articles de blog prévoyez-vous chaque mois ?
- Savez-vous à l'avance quels vont être les articles de votre blog ?
- Connaissez-vous les offres que vous allez faire et à quel moment les lancer ?
- Avez-vous prévu de faire des tunnels de vente pour guider les clients vers l'achat d'un produit ?
- Prévoyez-vous de faire de la publicité payante ?
- À quelle fréquence prévoyez-vous la publication de votre newsletter ?

Toutes ces questions entrent dans la partie marketing. Il n'y a pas de règles imposant de faire le marketing en amont ou en aval de la mise en production de votre site. Cependant je vous conseille fortement de préparer votre marketing avant le lancement de votre site. Car ce n'est pas une fois que le site sera lancé qu'il faudra y penser.

L'idéal est de vous préparer un calendrier de publication. C'est un outil puissant qui peut réellement vous être d'une aide extrêmement précieuse, s'il est suivi avec sérieux. Vous pouvez le créer sur Google Sheet et le partager avec des collaborateurs ou avec votre rédacteur web.

Cerise sur le gâteau : prévoyez au moins quelques articles d'avance. Même si vous ne serez peut-être pas submergé par les commandes dès le départ, cela vous laissera du temps pour préparer de nouveaux articles.

Conseil numéro 9 : Faites des tests

Tout est prêt, le site est fait et il ne reste plus qu'à le lancer. Auparavant, assurez-vous que tout fonctionne à la perfection ! Mieux vaut dépenser 12 € dans l'achat d'un pull-over sur votre site et envoyer le colis pour vérifier que tout fonctionne bien plutôt que d'avoir votre premier client mécontent parce que le paiement ne fonctionne pas correctement ou parce que le colis n'est jamais arrivé...

Donc faites des tests, envoyez-vous votre newsletter, testez votre tunnel de vente... Il est préférable de perdre un petit peu de temps avant le lancement que de rater le décollage !

Conseil numéro 10 : Lancez votre boutique en ligne

Alors oui, le lancement, c'est un événement. Peut-être n'aurez-vous pas beaucoup de clients au départ : les amis, la famille..., ce qui, il faut bien l'admettre, n'est pas le plus représentatif par rapport à votre client cible. Cependant n'oubliez pas que votre business en ligne va se développer petit à petit...

Il y a une chose qui va travailler H24 pendant que vous dormez, ou pendant que vous travaillez (si vous avez un job et que votre boutique en ligne est un complément de revenu), c'est votre référencement naturel. Petit à petit, chaque jour, chaque semaine, chaque mois, il va faire monter votre site Internet en visibilité sur les moteurs de recherche.

Car un site internet, c'est un peu comme une île en plein milieu de l'océan. Il va falloir que les gens viennent visiter votre île, découvrent votre plage, goûtent aux mets raffinés que propose votre restaurant et apprécient de pouvoir se reposer dans le magnifique hôtel que vous avez construit...



Maintenant vous allez pouvoir vous concentrer sur **les réseaux sociaux**.

Ah oui, je n'en avais pas parlé... Ils ne font pas réellement partie de votre site mais contribuent à sa notoriété...

Libre à vous de faire de belles publications pour mettre en avant vos produits et permettre à une plus grande communauté de personnes de connaître votre marque...

Je vous souhaite une belle réussite dans le monde du e-commerce.

N'ayez pas peur des erreurs et savourez chaque témoignage de client satisfait...

Un dernier conseil, même si vous êtes sur internet pour vendre des produits, le plus important, c'est de communiquer sur l'humain, vos valeurs car derrière leurs écrans les internautes sont des personnes comme vous et moi...

www.francisbaconnet.com

Francis Baconnet Création Multimédia 2022