

02.

LA VENTE EN LIGNE (OU E-COMMERCE)



La vente en ligne n'a cessé d'évoluer grâce aux progrès technologiques et à l'émergence, notamment, du téléphone mobile, qui a fait naître le m-commerce. On comptait, en 2019, plus de 40 millions de cyberacheteurs (+2,1 % par rapport à 2018), soit près de 9 internautes sur 10. Sur Internet, n'importe quel produit peut être vendu, tant que cela reste dans le cadre de la loi. En effet, le web présente des avantages par rapport au commerce physique :

- plus de limite géographique pour le marché des biens. En quelques clics, les clients peuvent accéder aux produits, qu'ils soient à Granville, Caen, Paris ou encore à l'étranger ;
- accessibilité des produits et possibilité de passer commande 7j/7 et 24h/24 ;
- développement de la notoriété de l'entreprise. En complémentarité du commerce physique, elle est présente en ligne et peut ainsi se faire connaître auprès de davantage de cibles potentielles et prescripteurs.

Ce sont les produits d'habillement qui sont le plus achetés, puis les produits culturels. Viennent ensuite les achats de voyage-tourisme, suivis par les jeux et jouets, ex-aequo avec les chaussures.

CHIFFRES-CLÉ 2018

90 milliards d'euros
dépensés sur le web

1,5 milliard de commandes

LE PORTRAIT DU CYBER-ACHETEUR

-50 ans

CSP + [catégorie socio-professionnelle supérieure]

Résident en province

39 achats en ligne
par an en moyenne, soit
plus de 3 achats par
mois.

81 %
utilisent leur
mobile pour un
usage en lien
avec l'achat en
ligne [recherche de
produit, de magasin,
comparaison de
prix...]



Le panier
moyen
est de
60 €.

85 %
se font livrer à leur
domicile.

37 % sont
abonnés à un service
de livraison express
ou illimitée.

Source : médiamétrie, Fevad

LE PROCESSUS DE COMMANDE

Sélection du / des produits



Choix du mode de livraison



Récapitulatif de commande

Le vendeur doit offrir la possibilité à son client de vérifier sa commande, le prix total, afin de corriger d'éventuelles erreurs avant qu'il confirme pour exprimer son acceptation. Le vendeur doit aussi informer sur les moyens de paiement possibles.



Validation de commande

La mention "commande avec obligation de paiement" ou une formule analogue indiquant que la passation d'une commande oblige à son paiement doit être affichée. Une fois validée, la commande est définitive. Sauf exception, le client ne peut plus la modifier.



Confirmation de commande

Elle s'effectue le plus souvent par e-mail, récapitulant le ou les achats. La confirmation doit être accompagnée des informations concernant un éventuel retour du / des produits.

À SAVOIR | OBLIGATIONS LÉGALES

Le vendeur est tenu de livrer à la date ou dans le délai indiqué lors du passage de commande du client.

À défaut d'indication, la livraison doit être effectuée sous 30 jours maximum.

Si le produit choisi n'est plus disponible, le client peut annuler sa commande et réclamer un remboursement.

Si les conditions générales de vente [CGV]¹ le prévoient, le vendeur peut proposer de renvoyer, à ses frais, un produit similaire. S'il accepte, le client pourra retourner le produit dans un délai de 14 jours à compter du lendemain de la date de réception.

LES DIFFÉRENTES SOLUTIONS POUR LA VENTE EN LIGNE

Il existe différentes possibilités pour la vente en ligne : construire son site de e-commerce ou utiliser des plateformes de vente en ligne, dites « marketplaces ».

LE SITE DE E-COMMERCE

On dénombrait plus de 180 000 sites de e-commerce en France en 2019. La démarche de construction d'un site de e-commerce doit être réfléchi et respecter les étapes ci-dessous.

1. Construire un cahier des charges qui recencera notamment ses objectifs, sa cible, son budget, le contenu de son site internet [textes et visuels].
2. Choisir le système de gestion de contenu [CMS]² et/ou le prestataire qu'elle sollicitera. Il existe de nombreuses solutions. Parmi elles : Prestashop, Wordpress et son module WooCommerce, ou encore Magento. [Prenez le temps de vous renseigner auprès de différents prestataires avant de faire votre choix.]
3. Construire le catalogue produits, développer son site, ou suivre le développement auprès du prestataire choisi en optimisant le référencement SEO³ de son site. Attention au contenu texte, aux url⁴, aux images utilisées [elles doivent être au bon format, libres de droits et de bonne qualité].

Une fois le site en ligne, il est recommandé de rattacher ce dernier à un compte Google Analytics⁵, afin de suivre le comportement des visiteurs sur le site, de voir les produits les plus consultés et d'améliorer l'expérience des internautes.

Le coût de construction d'un site Internet est très variable. Il dépend du prestataire sollicité, de ce qui est sous-traité [rédaction, intégration et ergonomie, prises de vues et/ou achat de visuels, modules à intégrer], du volume de produits à intégrer et de pages mises en ligne.

Vous envisagez de créer un site de e-commerce ? Renseignez-vous sur les aides disponibles et les différents prestataires du territoire, auprès du service Développement économique et numérique de Granville Terre et Mer, par téléphone au 02 33 79 51 52 ou par mail à economie@granville-terre-mer.fr.

LES MARKETPLACES⁶ (OU PLACES DE MARCHÉ)

Les marketplaces représentent aujourd'hui 10 à 20 % du chiffre d'affaires des principales plateformes d'e-commerce. Elles peuvent être complémentaires d'un site de e-commerce ou se substituer complètement à celui-ci. Chaque entreprise dispose de sa page et peut alors mettre en ligne les produits de son choix.

Les acheteurs payent directement leurs produits sur la plateforme marketplace. Celle-ci redistribue ensuite l'argent aux vendeurs, moyennant un pourcentage sur la vente du produit. Elles peuvent proposer des services additionnels payants [services premium, garanties supplémentaires, paiement différé], facturés au client internaute. Le vendeur bénéficie de la notoriété de la plateforme pour atteindre son consommateur. Les marketplaces les plus connues sont Amazon, Google Shopping [gratuit en fin d'année 2020], PriceMinister, Rue du Commerce, Cdiscount, Zalando, Etsy, Uber Eats, Facebook / Instagram Shopping...

ZOOM sur achetezagranville.fr, une marketplace locale



Achetezagranville.fr comprend un référencement géolocalisé google, des services collectifs, une carte de fidélité, des chèques cadeaux et une billetterie. Cet outil est capable de gérer les stocks et les services et offre les possibilités de Click & Collect, de livraison collective et mutualisée, de livraison à domicile ou en point relais.

La gratuité est offerte jusqu'en décembre 2020, puis l'adhésion sera de 15 € HT / mois par entreprise.

GLOSSAIRE

1. **CGV** : Conditions Générales de Vente. Ce sont toutes les informations contractuelles liant un vendeur de produits ou de services à son acheteur.
2. **CMS** : Content Management System ou système de gestion de contenu. C'est une catégorie de logiciels qui permettent de concevoir, gérer et mettre à jour des sites web ou applications mobiles.
3. **Référencement SEO** : Search Engine Optimization ou optimisation pour les moteurs de recherche. Désigne l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche.
4. **url** : Uniform Resource Locator. Désigne une ressource sur Internet : page web, vidéo, pdf, etc.
5. **Google analytics** : outil fourni gratuitement par Google pour l'analyse et le suivi statistique d'un site internet.
6. **Marketplace** : place de marché virtuelle. L'entreprise dispose d'une page et peut vendre ses produits en ligne.