|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Réflexion 5 – Réussir son projet de e-commerce.** | | | | |
| **Durée** : 20’ | Homme avec un remplissage uniou Deux hommes avec un remplissage uni | Une image contenant symbole, Bleu électrique, Police, Graphique  Le contenu généré par l’IA peut être incorrect. | Source |

**Travail à faire**

Après avoir lu ce document, répondez aux questions suivantes.

1. Pourquoi est-il important de bien choisir le nom de son projet e-commerce et quels critères doit-il respecter ?
2. Quels sont les avantages et inconvénients d’utiliser un logiciel CMS par rapport à une plateforme développée sur mesure ?
3. Quels sont les moyens de paiement et de livraison les plus couramment utilisés pour un site e-commerce ?
4. Quels sont les critères à prendre en compte pour bien gérer son stock et quelles sont les alternatives au stockage traditionnel ?
5. Quels sont les cinq piliers d’une stratégie e-marketing efficace et comment peuvent-ils contribuer au succès d’un site e-commerce ?

**Doc. Les 5 points clés pour réaliser son projet e-commerce**

Plusieurs étapes importantes sont à étudier à la base d’un projet e-commerçant. Il est important de ne pas se lancer sans avoir au préalable, quelques notions en matière de web et d’informatique. Une fois que vous aurez choisi votre produit, analysé la concurrence et rédigé votre business plan, voici 5 points clés à prendre en compte.

**1. Trouvez le nom de votre projet e-commerce et le bon prestataire**

Élément incontournable, le nom du site doit être facilement mémorisable. Il doit être court, simple et facile à prononcer. Il doit également évoquer les produits commercialisés.

Vient ensuite le choix du prestataire. Quel type de plateforme souhaitez-vous ?

* une plateforme conçue par un développeur web spécialisé qui personnalisera chaque détail du site. La solution est souvent de passer par une agence web.
* développer vous-même votre site à l’aide d’un logiciel CMS (WordPress, Prestashop, Oxatis, Drupa…). Ces logiciels permettent de mettre en place et de modifier un site rapidement. Cependant sans connaissances en langage HTML/CSS/JS, la personnalisation sera moins importante.

**2. Créez une identité graphique, logo et design**

L’aspect visuel joue sur l’image et sur le souvenir que l’internaute aura de votre boutique. Les logiciels CMS peuvent vous accompagner dans cette création. Les webdesigners mettent également leurs connaissances à votre service. Pensez au logo, aux couleurs, mais également aux contenus de votre site. Cela jouera également un rôle pour le référencement naturel de votre e-commerce.

**3. Pensez aux conditions de paiement et aux services de livraison**

Grâce aux technologies du web, les sites proposent souvent les mêmes systèmes de paiement qu’un magasin physique. Installez des solutions de paiement par carte bancaire, par chèque, par virement et par PayPal.

La livraison dépend du type de produit vendu. Si la boutique en ligne dispose d’une adresse physique, il est possible de récupérer le colis. Dans le cas contraire, Chronopost et Colissimo sont les services les plus utilisés.

**4. Gérez votre stock**

Le montant des stocks doit être adapté au rythme des ventes. Il est important de trouver un fournisseur pérenne, fiable qui propose des prix abordables et des délais de livraison raisonnables. Il est également possible d’utiliser la solution du dropshipping, Ici, le fournisseur s’occupe directement de la livraison du produit vers le client.

**5. Mettez en place une stratégie e-marketing**

Une fois le site web en place il vous faudra le faire connaître. Il existe 5 piliers incontournables, pour mettre en place une stratégie de présence digitale :

* **l’affiliation** : permet de vendre à travers un autre site partenaire (Marketplace par exemple). Les termes de cette collaboration sont à négocier avec le gérant du site qui accepte de montrer vos produits.
* **le référencement naturel** : Google dispose d’un très grand nombre de critères qui permettent à votre site de grimper progressivement et de façon naturel dans les résultats de recherche.
* **l’Adword** : vous pouvez payer auprès de Google pour mettre en place des campagnes qui mettront votre site directement dans les 1re positions du moteur de recherche.
* **l’emailing** : technique la plus vieille mais encore et toujours performante. Les solutions et les possibilités ne manquent pas. La personnalisation de ces courriers électroniques est un très grand plus.
* **le social** : devenu omniprésent sur vos ordinateurs ou sur vos smartphones, les réseaux sociaux sont de parfaites vitrines pour développer votre activité.

**Réponses**

1. Pourquoi est-il important de bien choisir le nom de son projet e-commerce et quels critères doit-il respecter ?
2. Quels sont les avantages et inconvénients d’utiliser un logiciel CMS par rapport à une plateforme développée sur mesure ?
3. Quels sont les moyens de paiement et de livraison les plus couramment utilisés pour un site e-commerce ?
4. Quels sont les critères à prendre en compte pour bien gérer son stock et quelles sont les alternatives au stockage traditionnel ?
5. Quels sont les cinq piliers d’une stratégie e-marketing efficace et comment peuvent-ils contribuer au succès d’un site e-commerce ?