

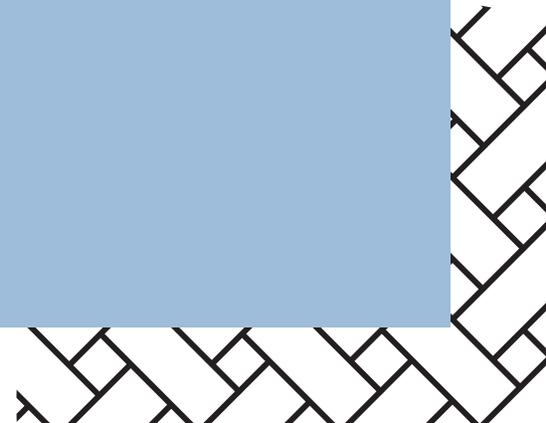


Conseil des
métiers d'art
du Québec



FORMATION SUR LES BOUTIQUES EN LIGNE

Les meilleures pratiques pour votre boutique en ligne



Cette dernière fiche synthèse nous rappelle sommairement 15 éléments incontournables pour faire vivre sa boutique en ligne sur le web, le tout dans une approche visant la pérennité des opérations et la cocréation de vos produits / services (avec les informations recueillies auprès de votre clientèle et les statistiques clés). Il importe aussi de miser sur une stratégie de fidélisation de votre clientèle cible. Après tout, c'est pour eux que vous existez! N'est-ce pas!

1. Garder l'attention (limitée) de vos clients potentiels (les prospects)
2. Plus la mise en page est simple, plus c'est facile à utiliser pour vos clients!
3. Ne vous mettez pas sur le pilote automatique
4. Soyez clairs sur votre offre et sur vos processus (vente, livraison, retour)
5. Montrez que le produit est disponible (ou pas!)
6. Rassurez vos prospects et clients pour atténuer la dissonance cognitive
7. Développez votre empreinte numérique (preuve sociale)
8. Mettez sur le sentiment d'urgence (mais attention de ne pas faire de la vente à pression!)
9. Révisez régulièrement le look de votre boutique
10. Soignez vos images / vos bannières, vos visuels
11. Facilitez la découvrabilité de vos produits sur le site
12. Relancez les clients ayant abandonné des articles dans le panier d'achats
13. Le vrai défi n'est pas de vendre, mais de revendre!
14. Mesurez, testez, améliorez
15. Maîtriser le volet logistique de votre boutique en ligne

TRUC #1: Garder l'attention (limitée) de vos clients potentiels (les prospects)

Les internautes n'ont pas de temps à perdre et veulent trouver rapidement des solutions à leurs besoins sur votre boutique en ligne. Avec le temps, on les a habitués à pouvoir visiter les sites rapidement et à commander leurs produits en quelques clics (la règle des 3 clics!)

Il est donc également important de conserver la durée d'attention nécessaire au minimum dans l'utilisation de votre boutique en ligne. Trop d'éléments distrayants (par exemple: contenu trop long ou mal ciblé, trop d'informations dans une même section, trop d'éléments visuels ou interactifs), de même que trop d'étapes pour pouvoir finaliser l'achat seront de nature à nuire au processus de vente. L'expérience client en sera teintée négativement. Le client ne cherchera pas à revenir sur le site.

TRUC #2: Plus la mise en page est simple, plus c'est facile à utiliser pour vos clients!

Du texte et des images / photos/ icônes simples, qui s'affichent bien et vite, c'est fondamental pour que votre client se sente bien et retrouve l'information facilement. Votre boutique en ligne ne doit pas avoir l'air désorganisée. La qualité du contenu et l'arborescence (les menus, la structure des pages, les liens cliquables vers les bonnes sections du site, vont favoriser un effet WOW!

Souvenez-vous d'aller droit au but! Il ne sert à rien de les faire languir, on veut favoriser la découverte, mais tout de même en ayant un contenu bien organisé et agréable à consulter. Ils ne sont en effet qu'à quelques clics pour visiter la boutique en ligne d'un concurrent.

TRUC #3: Ne vous mettez pas sur le pilote automatique

Opérer une boutique en ligne demande des efforts constants, pourtant, certains entrepreneurs ont plutôt le réflexe de la pense magique. Sur le web, il est d'ailleurs parfois recommandé de faire une stratégie publicitaire (payante) autour de mots clés recherchés par les clients, sur les moteurs de recherche ou sur les réseaux sociaux. C'est ce qui s'appelle développer une stratégie de référencement payant. Plusieurs options de ciblage sont possibles (par exemple: lieu, âge, sexe, métier, style de vie, loisirs, formation...

En dehors du web, vous devrez aussi miser sur le votre réseau de contact constitué de partenaires actuels ou potentiels, fournisseurs, influenceurs, clients, groupes d'artisans, comités sectoriels. Il est aussi possible de faire de la publicité sur d'autres médias plus ou moins spécialisés.

TRUC #4: Soyez clairs sur votre offre et sur vos processus (vente, livraison, retour)

Ne réservez pas de mauvaise surprise à votre client. Montrez-vous disponible à répondre aux questions des clients (par téléphone, par courriel, avec un module conversationnel (relié par exemple à votre page Facebook)

Une section FAQ peut aussi aider à répondre à des questions légitimes et fondamentales que vous posent souvent les questions.

TRUC #5: Montrez que le produit est disponible (ou pas!)

Montrez autant que possible en temps réel les quantités restantes disponibles sur vos fiches de produits. Rien n'est plus frustrant pour un visiteur que de découvrir qu'il a créé un compte sur votre boutique pour pouvoir acheter un produit, alors que vous n'avez plus le produit souhaité en stock.

Si cela est possible, vous pouvez aussi permettre une prévente ou créer une liste d'attente virtuelle.

TRUC #6: Rassurez vos prospects et clients pour atténuer la dissonance cognitive

Dans un contexte de marketing web, la dissonance cognitive est une situation d'inconfort psychologique ou mental que peut ressentir le consommateur à l'égard d'un achat ou d'une publicité en ligne. Ce phénomène peut se traduire par une forme de regret ou même de rancœur vis-à-vis de la marque ou du vendeur qui peut avoir des conséquences en termes de fidélité ou de réputation.

La notion du risque perçu chez l'acheteur fait aussi partie du processus d'achat. C'est donc à tenir en compte par le vendeur! Ainsi, quand on achète un produit en ligne (surtout quand cela représente un investissement financier, ou que l'achat suscite une émotion particulière, on parlera d'un achat ayant une implication forte),

Pour rassurer la clientèle, pensez à mettre en évidence les sections suivantes sur votre boutique: FAQ (Foire aux questions), Conditions générales de vente (CGV), Mentions légales / Protection des renseignements personnels, Politique de retour, À propos.

TRUC #7: Développez votre empreinte numérique (preuve sociale)

Pour rassurer le client, vous devrez aussi placer sur votre boutique en ligne de vrais témoignages clients, obtenir des avis sur le web et les réseaux sociaux, etc. Attention, ne trichez pas!!! Les acheteurs potentiels ont horreur des faux avis, rédigés dans un langage trop complaisant, trop court, sans valeur ajoutée / vides, s'il y a trop d'avis faits le jour même, créés avec un langage trop complaisant...

Et bien sûr, pour prouver votre expertise et votre attachement fort à votre domaine d'activité, publiez régulièrement sur le site et/ou les réseaux sociaux du contenu de haute qualité, professionnel, intéressant et utile (par exemple: des guides pour faciliter le magasinage, des articles de blogue sur des sujets complémentaires à votre domaine d'activités, des vidéos d'utilisation ou de témoignage, etc.).

TRUC #8: Mettez sur le sentiment d'urgence (mais attention de ne pas faire de la vente à pression!)

Les gens ont souvent tendance à remettre leurs achats à plus tard. Cependant, vous aimeriez certainement leur permettre d'acheter le produit rêvé, celui qui répondra à un besoin réel chez votre client. Vous avez donc lancé une promotion qui se terminera prochainement.

Offrir ses meilleurs produits à un client, dans le cadre d'une offre promotionnelle, par exemple à durée limitée est tout à fait acceptable du moment qu'elle ne le dévalorise pas avec un prix trop bas, ce qui nuirait alors à votre crédibilité.

Il faut donc s'assurer que le client comprenne que le produit est disponible, actuellement en rabais, mais que ce rabais ne durera pas longtemps... Un pop-up de rappel sur le site, un envoi spécial de votre infolettre un rappel sur les réseaux sociaux. Ce sont des moyens performants, lorsque bien harmonisés à votre stratégie de communication.

TRUC #9: Révisez régulièrement le look de votre boutique

Comme les attentes des internautes varient et se précisent avec le temps, et aussi parce que les concurrents aussi se mettent au goût du jour, il importe de revoir régulièrement le contenu de la boutique (les produits, les textes de présentation, les images, les fonctionnalités du site, le contenu de la page d'accueil...)

Il est aussi important de se tenir au courant des tendances en matière d'expérience utilisateur et de design. Après tout, une boutique en ligne, tout comme votre espace physique, votre lieu de création, votre demeure, mérite bien (à l'occasion) quelques améliorations.

TRUC #10: Soignez vos images / vos bannières, vos visuels

Autant sur votre boutique en ligne que sur vos réseaux sociaux, ayez des photos claires, lumineuses, qui mettent parfois l'emphase directement sur le produit (exemple: en montrant un bijou sur un fond blanc) et parfois des images mettant davantage l'accent sur le style de vie de l'utilisateur.trice finale (exemple: en montrant une dame portant le bijou en question lors d'une activité de réseautage professionnel).

Utilisez ces photos de manière appropriée: des photos trop petites, pixelisées ou mal cadrées sur votre site feront fuir les clients. Utilisez, si possible, des carrousels de photos pour chaque produit et aussi utilisez des aperçus en zoom lors du survol de la photo.

Dès que c'est possible, placez des vidéos, cela est très attrayant, car le mouvement suscite davantage d'émotion chez les clients. Et pourquoi pas en profiter pour développer votre chaîne Youtube et /ou les publier aussi sur les réseaux sociaux.

TRUC #11: Facilitez la découvrabilité de vos produits sur le site

Utilisez un nombre restreint de filtres pour chercher parmi vos produits sur le moteur de recherche du site et des sous-filtres si vous voulez en proposer davantage. Ceux-ci permettent de retrouver rapidement le bon produit! Souvenez-vous de la règle des 3 clics.

Regrouper vos produits sous forme de collections permet de voir les différentes catégories de produits similaires ou complémentaires. Cela facilite la découvrabilité.

Le fait d'utiliser des mots clés de manière judicieuse, dans les textes du site, dans les fiches produits, dans des articles de blogue, favorisera votre référencement naturel sur les moteurs de recherche.

TRUC #12: Relancez les clients ayant abandonné des articles dans le panier d'achats

Faites la relance de vos paniers d'achats abandonnés. Selon certaines études, 75 % des visiteurs du site qui ont abandonné leur panier prévoient retourner sur le site pour faire un achat ou poursuivre leurs recherches. En fait, seulement 2 % des clients se convertissent lors de leur première visite dans une boutique en ligne, et 92 % des nouveaux visiteurs n'ont pas l'intention d'acheter quoi que ce soit dans la boutique à ce moment-là!¹

Pensez-y et prévoyez des campagnes de "récupération de paniers abandonnés" si la technologie le permet. En fait, vous devriez viser à en envoyer au moins deux. Les meilleures campagnes impliquent l'envoi de trois courriels (ce qui représente en moyenne 18,2 % de ventes supplémentaires).²

N'hésitez pas à contacter par un message spécifique chaque internaute afin de déterminer les raisons de son abandon.

¹ <https://kinsta.com/fr/blog/abandon-panier-achat/>

² Idem

TRUC #13: Le vrai défi n'est pas de vendre, mais de revendre !

Après la vente réalisée, ce n'est que le début d'une relation, que l'on souhaite durable, avec votre nouveau client.

En plus du contenu de qualité que vous lui proposez, entretenez dès le début (après la première vente) une bonne relation client:

- Offrez un cadeau / rabais complémentaire à votre client suite à son achat
- Proposez au client de revenir donner son avis sur votre site web et/ou sur vos réseaux sociaux (montrez-lui comment faire!)
- Donnez-lui rendez-vous pour un événement exclusif à venir dans votre boutique physique et/ou en ligne
- Le marketing par infolettre sera un atout pour garder un contact privilégié et durable dans le temps pour fidéliser votre clientèle.

TRUC #14: Mesurez, testez, améliorez

La construction de votre site est certainement une étape charnière de votre entreprise. Mais le travail ne fait que commencer! Les ventes sont en croissance? Bravo! Mais comment améliorer constamment cette performance? «On ne peut pas améliorer ce que l'on ne sait pas mesurer», disait à ce propos le statisticien W. Edwards Deming. Des outils gratuits comme Google Analytics nous renseignent sur des données clés comme:

- Le nombre de visites pour une période
- La durée moyenne des visites
- Le nombre de pages vues par session
- Le taux de visiteurs qui reviennent sur le site
- Le taux de rebond (visiteurs ayant atterri sur une seule page de votre boutique),
- Votre taux de conversion (de visiteurs en clients)
- La provenance des visiteurs (référents)
- La vitesse de chargement du site web

TRUC #15: Maîtriser le volet logistique de votre boutique en ligne

Vendre en ligne implique aussi d'avoir de bons processus de logistique: il faut assurer le l'approvisionnement des produits, l'emballage / conditionnement, la livraison, le retour, le processus de paiement / remboursement...

Le consommateur est pressé et exigeant, mais consomme maintenant de manière plus responsable. Il s'attend lui aussi un comportement plus responsable de la part des entreprises. « Je ne veux pas me faire l'apôtre de la consommation locale, mais je pense que c'est une conjoncture qui va favoriser les achats locaux pour plein de raisons économiques, écologiques et de stabilité d'approvisionnement », disait d'ailleurs récemment Jacques Nantel, professeur émérite aux HEC Montréal, spécialiste du commerce de détail. ³

³ <https://www.journaldemontreal.com/2020/04/06/engouement-pour-lachat-local>





Conseil des
métiers d'art
du Québec



Édition

Conseil des métiers d'art du Québec

Direction général

Julien Silvestre, directeur général

Direction développement professionnel

Dominique Poulin, directrice

Réalisation

Eric Lamirande, Marketing, web et techno

Coordination

Caroline Thibault, coordonnatrice à la formation continue

Graphisme

Olivier Côté, Agence Ink

Révision linguistique

Sous la responsabilité de l'auteur et du CMAQ

1^{er} trimestre 2021 – © CMAQ, 2021 et Eric Lamirande



Avec la participation financière de :

