

Artisans, commerçants, ... votre présence sur le web en quelques points.

Être présent sur Internet ressemble pour beaucoup d'artisans, de commerçants, ..., à gravir l'Everest. Fort heureusement en réalité ce n'est pas vraiment le cas.

*Il n'en est pas moins vrai par contre qu'il y a des étapes progressives à respecter et que **cela nécessite à la fois, une volonté, une stratégie et un travail du quotidien. Tout en étant accompagné au mieux !***

Il faut comprendre que **le numérique, n'est** en soi **qu'un outil**. Que du coup Internet l'est également. Et qu'il est avant tout question d'usages, avec des outils de plus en plus aisés à utiliser, fort heureusement. Ce n'est donc pas la technicité qu'il est nécessaire de maîtriser mais, l'usage.



Être présent sur Internet, signifie pour une entreprise d'appliquer l'un ou l'ensemble des éléments suivants :

- C'est-à-dire d'avoir un site (blog, e-Commerce, institutionnel, ...) ;
- D'être présent et actif sur les réseaux sociaux.

Le fait d'avoir un ou plusieurs sites Internet, implique à la fois :

- ♦ d'avoir un ou plusieurs hébergements vous permettant en fonction de l'offre de l'hébergeur utilisé d'avoir accès à différents services (hébergement web, messagerie, ...) ;
- ♦ de réaliser ou faire réaliser, l'installation des outils et leurs paramétrages, pour faire fonctionner le site Internet, quelque soit destination. Mais aussi les développements logiciels spécifiques potentiels.



Il existe des solutions clés en main pour pouvoir disposer d'un site e-Commerce. Vous n'aurez plus qu'à paramétrer et alimenter l'outil, une fois votre compte ouvert, pour qu'il soit opérationnel. L'autre alternative est de faire faire clé en main celui-ci, soit en tant que solution spécifique, soit avec des outils existants.

L'hébergement d'un site Internet n'est pas forcément coûteux. Par contre, la dépense peu s'avérer lourde, pour tout ce qui touche aux solutions spécifiques.

Néanmoins pour les nouveaux entrants, l'utilisation d'un service clé en main peut être une approche intéressante. Car elle permettra d'éviter certains aléas liés entre autres à l'intégration des services de paiement et des coûts élevés. Avec un coût initial prédéfini.

Il faut bien comprendre qu'**être e-Commerçant, implique** outre les activités liées à votre magasin. **Des tâches au-delà du simple fait de gérer votre site Internet.** Ainsi, **l'aspect marketing web est essentiel dans sa stratégie.** L'usage des réseaux sociaux de façon ciblée et la présence sur certaines places de marché peuvent en effet s'avérer payante.

Cela peut toutefois représenter une charge de travail importante. Hors l'outil numérique ayant pour objectif l'automatisation, il sera possible d'utiliser des moyens permettant d'en réaliser certaines et d'en alléger ainsi la charge.



Comprendre à quoi servent les réseaux sociaux, leurs fonctionnalités, ..., si l'on veut être présent est un mal nécessaire. Ainsi :

- Facebook est plutôt orienté grand public, même si l'on y retrouve des professionnels ;
- Instagram est dédié à la communication graphique ;
- LinkedIn est voué au recrutement, au monde de l'entreprise et aux indépendants en général ;
- Tik Tok est le réseau social pour les adolescents ;
- Twitter est plus axé communication institutionnelle, prise de position et visibilité.



Votre présence sur Internet, les places de marchés et les réseaux sociaux, doit donc être intelligible, cohérente et coordonnée. **L'aspect visuel et graphique ayant une réelle importance**, il se doit d'être homogène. Tout **en tenant compte de votre cible client et de son parcours d'achat**, afin d'éviter l'abandon. **Avoir une stratégie de positionnement est donc un impératif**, car elle aidera à être visible, reconnu, ...



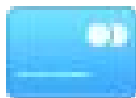
La lettre d'information (newsletter) représente un moyen très pratique, peu coûteux et facile à mettre en place. Qui doit cependant être exploité avec parcimonie au risque d'être considéré comme spammeur. Là aussi, il y a nécessité à être cohérent et en phase avec sa stratégie, tant sur le plan contenu que sur le plan graphique.

Être présent et bien positionné sur Internet, n'est pas une chose aisée. Il faudra être vigilant vis-à-vis de la publicité, car l'achat de mots clés peu s'avérer fortement coûteux et peu profitable. Une des approches étant de favoriser un rédactionnel qualitatif au travers d'un blog par exemple. Le référencement naturel pouvant avoir un impact au rapport coût/visibilité appréciable. Les algorithmes des principaux moteurs de recherche favorisent ces aspects.



Un autre aspect et non des moindres, c'est votre capacité à répondre aux sollicitations de vos clients et prospects par de multiples canaux.

Ainsi vous devrez pouvoir être joignable par téléphone mais aussi, par courriel et éventuellement sur les réseaux sociaux où vous êtes présents.



Vendre au travers d'Internet, implique aussi d'être en capacité de se faire payer par tous les moyens nécessaires et adaptés. La carte bancaire est le moyen de prédilection, il ne faut pas oublier cependant qu'un grand nombre d'utilisateurs ne veulent pas payer par Internet par crainte. Ils préfèrent le virement ou l'envoi d'un chèque. Cela n'est ni une question d'âge ou de catégorie sociaux-professionnel. Tenir compte de cet aspect et proposer naturellement différents moyens de paiement, voir du financement peut favoriser l'acte d'achat. Même si aujourd'hui, le paiement par carte bancaire en ligne est parfaitement sécurisé. Les banques proposent ce type de services mais, les intermédiaires de paiement proposent également des solutions innovantes dans ce domaine. N'hésitez pas à étudier en détail ce point qui a toute son importance.



Une fois la vente faite, le paiement validé, il faut pouvoir assurer la fourniture. Donc la livraison ou l'enlèvement, dans le cas d'un achat-retrait (click & collect) et bien sûr la facturation.

Cela nécessite pour le e-Commerçant une gestion de stocks précise, éventuellement multi-sites et en temps réel. De façon à vendre ce que l'on a. Ou pour l'artisan, de pouvoir gérer sa production et l'achat de matière simplement, tout en limitant au mieux le stock mobilisé.



L'expédition devra faire également l'objet d'une attention particulière.

Autant le choix du transporteur et les coûts sont importants. Autant le colisage est essentiel, en fonction du produit que vous vendez. Afin de vous éviter tout tracas à la livraison.

Et cela doit donc être vu avant de mettre le produit en vente et pas à la dernière minute.



Vendre sur Internet nécessite également l'appropriation de sujets juridiques ou transverses, comme les conditions générales de ventes. La protection des données personnelles avec l'**obligation d'appliquer le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)**. Principalement lorsque l'on opère pour des particuliers.

Fort heureusement le e-Commerçant dispose de toutes les ressources nécessaires et peut aisément se faire accompagner sur ces points.



De façon générale, la gestion de votre activité ne souffrira plus des petits arrangements avec **vos pratiques, vos usages numériques**. Il faut entendre par là, que vous ne pourrez plus, dans les faits gérer **vos clients, votre stock, votre catalogue**, ... avec un tableur par exemple ! Vous serez obligés d'envisager très vite d'**utiliser un logiciel de type PGI (Progiciel de Gestion Intégré) ou bien a minima une solution de GRC (Gestion de la Relation Client)**.

Certes ces solutions peuvent sembler coûteuses, difficiles d'accès et lourdes à mettre en place, pour une toute petite structure. Toutefois, le coût et les contraintes sont sans commune mesure avec les avantages. La fiabilité et la sécurité des données ainsi que la productivité que vous aurez gagnée ! Et aujourd'hui **certaines sont accessibles sur un simple abonnement**.



En tant qu'artisan, commerçant **vous devrez vous faire accompagner** au mieux pour être présent sur Internet (Web, places de marchés, réseaux sociaux, ...). Alors que vous y êtes déjà obligé pour d'autres sujets, car nul n'est compétent en tout.

Faire appel à une ou plusieurs compétences en fonction de vos besoins (marketing, community management, rédactionnel, agence web, entreprise de services numériques, ...) est dans votre intérêt. Vous pourrez trouver ces compétences directement chez un ou plusieurs prestataires.

N'hésitez à les mettre en concurrence et vous renseigner auprès de vos pairs. Sachez également que vous devrez collaborer avec eux et qu'ils ont une obligation de conseil.

Maintenant que vous savez à peu près tout pour être présent sur Internet et y vendre votre offre. Il ne vous reste plus qu'à mettre en place le plan d'action qui s'impose. Lancer votre projet avec de petites étapes, pour mieux en maîtriser les jalons. En y intégrant au préalable l'aspect financier, puisque vous pouvez probablement avoir des aides.