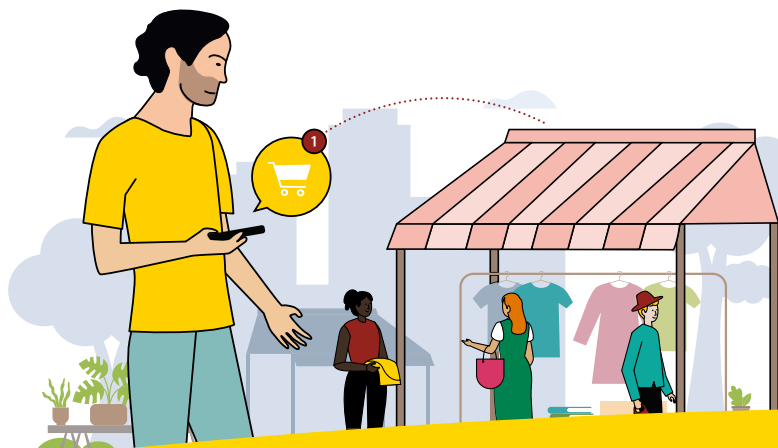


Vendre en ligne, même sans site internet

Avec la crise sanitaire et les confinements, les façons d'acheter et donc de vendre ont accéléré leur évolution. Plus besoin de créer nécessairement un site e-commerce ! **D'autres solutions plus simples (et moins coûteuses) existent. Parmi elles, la vente sur une place de marché ou en utilisant les réseaux sociaux.**



► Option 1

Vendre sur une place de marché (marketplace)

Objectif : booster vos ventes sans perdre de temps grâce à une solution tout-en-un

Comment ?

En moyenne, en 2020, **les places de marché ont progressé de 27 %, soit deux fois plus vite qu'en 2019¹**. C'est un effet du confinement et une occasion à saisir pour vous, commerçant indépendant !

Une place de marché, ou marketplace, est une plateforme dédiée à la vente de produits en ligne. En d'autres termes, c'est une **boutique virtuelle dans laquelle vos clients peuvent acheter vos**

articles facilement. Bien qu'une commission soit prélevée sur vos ventes, ce type d'outil demande moins d'investissement qu'un site e-commerce. Il s'agit en effet d'une solution complète qui propose **le paiement sécurisé, la gestion du SAV et parfois même un service de livraison. Autre avantage, vous profitez de la notoriété de la plateforme et pouvez toucher l'ensemble de sa clientèle.** C'est un bon moyen d'attirer de nouveaux clients ! En plus, vos fiches produits remontent bien sur Google, ce qui permet de booster votre visibilité en ligne.

Alors, comment vous lancer sur une place de marché ? On vous guide pas à pas...

Étape 1 : trouver la place de marché adaptée à votre activité

Il existe différents types de marketplaces :

ebay • les généralistes, comme eBay, Amazon, Fnac, LeBonCoin, Rakuten, Cdiscount... ;

Etsy • les spécialisées, du type Etsy, ManoMano, Vinted, Truffaut, 1001 pharmacies... ;



• les locales, telles que La Ruche qui dit Oui !, Ma Ville Mon Shopping, Olca, The Ring, Mon petit e-commerce...

Vous pouvez même mettre en avant vos produits sur Google Shopping pour que les internautes faisant une recherche liée à ceux-ci les trouvent.

Bien sûr, inutile d'être présent sur toutes ces places de marché ! Choisissez la plus adaptée à ce que vous vendez et à votre clientèle cible. Jetez également un œil aux services proposés, à la qualité du SAV, et n'hésitez pas à demander des avis autour de vous (par exemple, aux commerçants voisins).

Notre conseil + : soyez attentif au montant des commissions sur les ventes ! Privilégiez les places de marché locales et solidaires. Certaines sont gratuites ou proposent des tarifs préférentiels.

Les chiffres à retenir



82%

des Français vont sur internet pour chercher un produit ou un service à acheter².



79%

des e-commerçants utilisent Facebook, 37 % Instagram et 15 % Twitter³.



75%

des e-acheteurs considèrent que les commerces de proximité devraient proposer une offre e-commerce⁴.

Le e-commerce, ça consiste en quoi ?

Aussi appelé commerce électronique, il désigne les transactions commerciales qui se font sur un point de vente en ligne. Ce dernier peut être accessible depuis un ordinateur, une tablette, une TV connectée ou, de plus en plus, un smartphone. On parle alors de « m-commerce » (« m » pour « mobile »).

Si le e-commerce bouscule les règles du jeu, rassurez-vous, il est compatible avec le commerce de proximité. Il vient le prolonger et facilite l'acte d'achat, sans mettre fin au lien humain. En effet, même en période de crise sanitaire, de nouveaux usages comme le click & collect incitent les clients à venir vous voir en boutique. La proximité est donc toujours là !

1. Fevad, « Bilan du e-commerce en 2020 : les ventes sur internet atteignent 112 milliards d'euros grâce à la digitalisation accélérée du commerce de détail », 2021

2. WeAreSocial et Hootsuite, Digital Report 2020

3. Oxatis, Fevad et EY, étude « Le profil du e-commerçant 2019 - Spécial PME », 2019

4. Fevad, « Chiffres clés du e-commerce 2020 », 2020

Étape 2 : vous assurer que vous disposez de tous les prérequis

Voici la check-list à remplir avant de vous lancer :

- ✓ Avoir votre n° SIRET, un **compte bancaire pro**, un extrait Kbis, D1 ou RM.
- ✓ Préparer vos **fiches produits** avec le prix, des photos, un descriptif détaillé (en insérant quelques mots-clés pour remonter sur les moteurs de recherche)...
- ✓ Anticiper la **gestion des stocks** pour ne pas vous retrouver à court (une marketplace peut vraiment booster vos ventes et il faut suivre de près les commandes).
- ✓ Vérifier les **conditions de vente** de la plateforme choisie, en particulier les petites notes en bas de page.

Étape 3 : créer votre boutique en ligne

Sur la marketplace de votre choix, vous devez d'abord **ouvrir un compte puis créer votre boutique en ligne** en indiquant vos coordonnées, vos informations bancaires, la description de votre activité, le mode de livraison et vos horaires si vous proposez du click & collect, etc. Enfin, vous **ajoutez vos articles** dans un catalogue de produits.

Pour vous aider, vous trouverez **des tutos en ligne**, soit directement sur les places de marché (par exemple, sur la plateforme [The Ring](#)), soit en cherchant « comment créer un compte sur une marketplace » sur Google.



L'avis de l'expert Abeille Assurances

Christophe Garcia,
Chef de Projet Digital

« Pour donner envie à vos clients d'acheter en ligne, apportez un soin particulier aux photos de vos produits. Si vous n'avez pas les moyens de passer par un photographe pro, il existe des astuces simples : utilisez les images de vos fournisseurs, partagez celles de vos clients (avec leur autorisation), organisez un petit shooting "maison" dans une zone lumineuse et dégagée, en puisant l'inspiration sur Pinterest ou Instagram pour créer une ambiance, investissez dans un petit cube studio portable... et surtout évitez les images Google ! »



Étape 4 : soigner la remise ou la livraison des commandes

C'est primordial pour votre relation client ! Les places de marché proposent souvent différentes options dont **la livraison, le click & collect ou le drive**. N'hésitez pas à **ajouter une petite attention** dans vos colis afin de fidéliser votre clientèle (mot de remerciement, goodies, bon de réduction pour un prochain achat...).

abeille-assurances.fr
© 2022 Abeille Assurances

Document non contractuel à caractère publicitaire, à jour au 1^{er} juin 2022.
Mod. 19126 - 0622
Abeille Assurances Holding - Société anonyme au capital de 1 678 702 329 €
Siège social : 80 avenue de l'Europe - 92270 Bois-Colombes
331 309 120 RCS Nanterre

► Option 2

Vendre sur les réseaux sociaux

Objectif : développer votre business auprès d'acheteurs potentiels ciblés

Comment ?

Les réseaux sociaux permettent de gagner de la visibilité, mais vous pouvez aussi les utiliser dans votre processus de vente. C'est ce qu'on appelle le « **social selling** ». Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat et autres comptent des millions d'utilisateurs en France. De plus, ce sont des endroits où les consommateurs décident d'acheter. Alors, pourquoi ne pas mettre vos produits ou services sur leur chemin ?

Pour vendre à l'aide des réseaux sociaux, vous avez deux options :

1. Faire connaître vos produits ou services à une audience cible et la convertir en clientèle

Pour cela, partagez votre offre auprès de votre communauté et ajoutez des **hashtags couramment utilisés** sur vos publications pour attirer de nouvelles personnes (par exemple, #commercelocal, #consommermieux, le nom de votre localité, du type #bordeauxmaville...). Mais ce n'est pas tout ! **Faites surtout de la publicité en utilisant les outils de promotion proposés par les plateformes** comme **Facebook Ads** ou **Instagram Business**. Ils permettent de cibler les utilisateurs par âge, genre, localisation, centre d'intérêt, etc. Si ces derniers sont intéressés, proposez-leur de vous contacter par message privé pour connaître les modalités d'achat et passer commande. Le paiement peut ensuite se faire en envoyant un lien sécurisé (à privilégier car le téléphone est moins fiable).

Vous pouvez aussi **contacter des influenceurs** pour leur offrir quelques produits et leur proposer d'en parler s'ils leur plaisent. Cependant, il n'y a aucune garantie qu'ils le fassent et c'est rarement gratuit (à moins d'un coup de cœur), donc faites bien le tour de la question avant de vous lancer.

► Des solutions pour un paiement simplifié et sécurisé

Assurer la sécurité des paiements, c'est une priorité et, aujourd'hui, ce n'est plus si compliqué ! Il existe des services comme **PayPlug**, **Lydia** ou **Paylib** pour vous faciliter la vie.

2. Vendre directement sur les marketplaces des réseaux sociaux

Certaines plateformes proposent de créer un catalogue et/ou une boutique en ligne à votre image pour vendre vos produits, avec un certain nombre de services associés (inventaire, gestion des commandes, paiement sécurisé...). Vous pouvez notamment utiliser :

- **Facebook Marketplace** pour mettre en ligne des annonces de vente ;
- **Instagram Shopping**, qui permet d'ajouter sur vos photos un lien vers vos produits.

Le petit plus de ces deux outils ? Vous pouvez **gagner un temps précieux en les gérant depuis le même endroit**. Pour en savoir plus, tapez l'adresse [facebook.com/commerce_manager/get_started](https://www.facebook.com/commerce_manager/get_started) dans votre navigateur.

► Pour aller plus loin

Envie de créer votre propre site e-commerce ? Des solutions comme **Shopify** ou **PrestaShop**, parfaitement adaptées aux commerces indépendants, peuvent vous aider à le réaliser assez facilement.

Retrouvez toutes nos fiches thématiques auprès de votre agent général Abeille Assurances ou sur notre site internet

<https://www.abeille-assurances.fr/conseils-en-assurance/mon-activite-professionnelle.html>