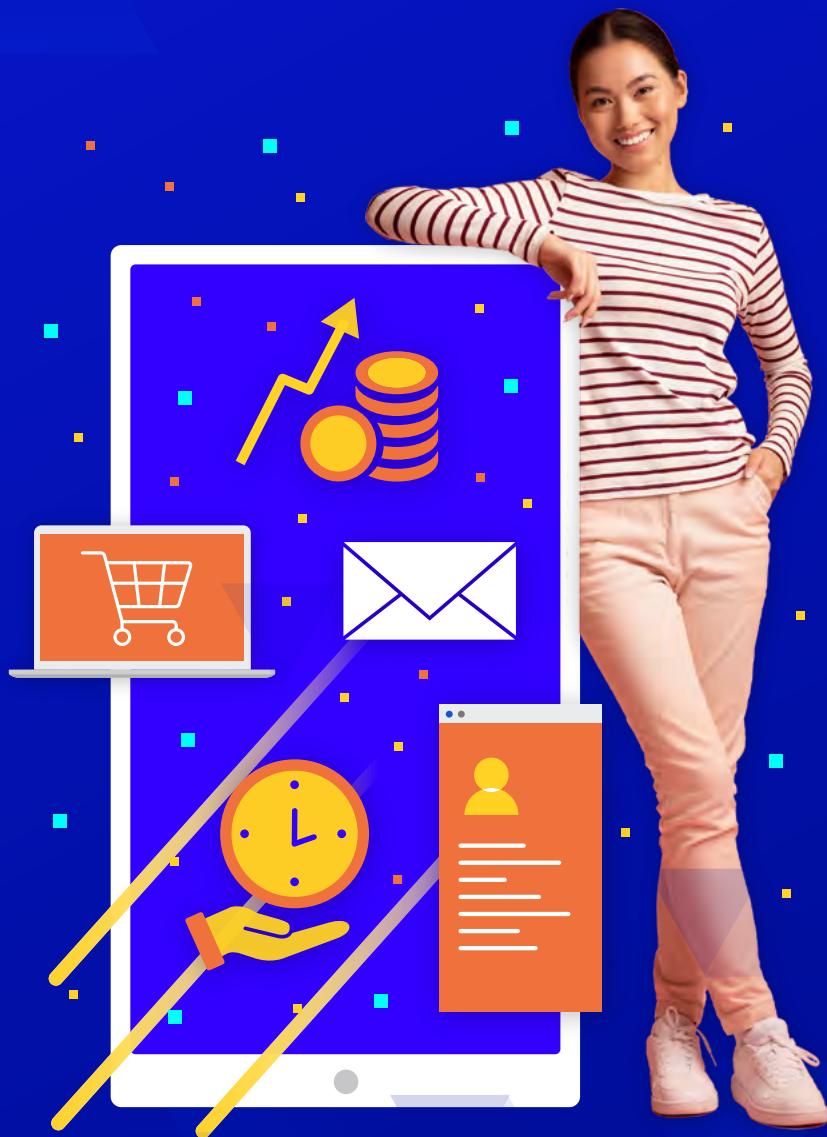
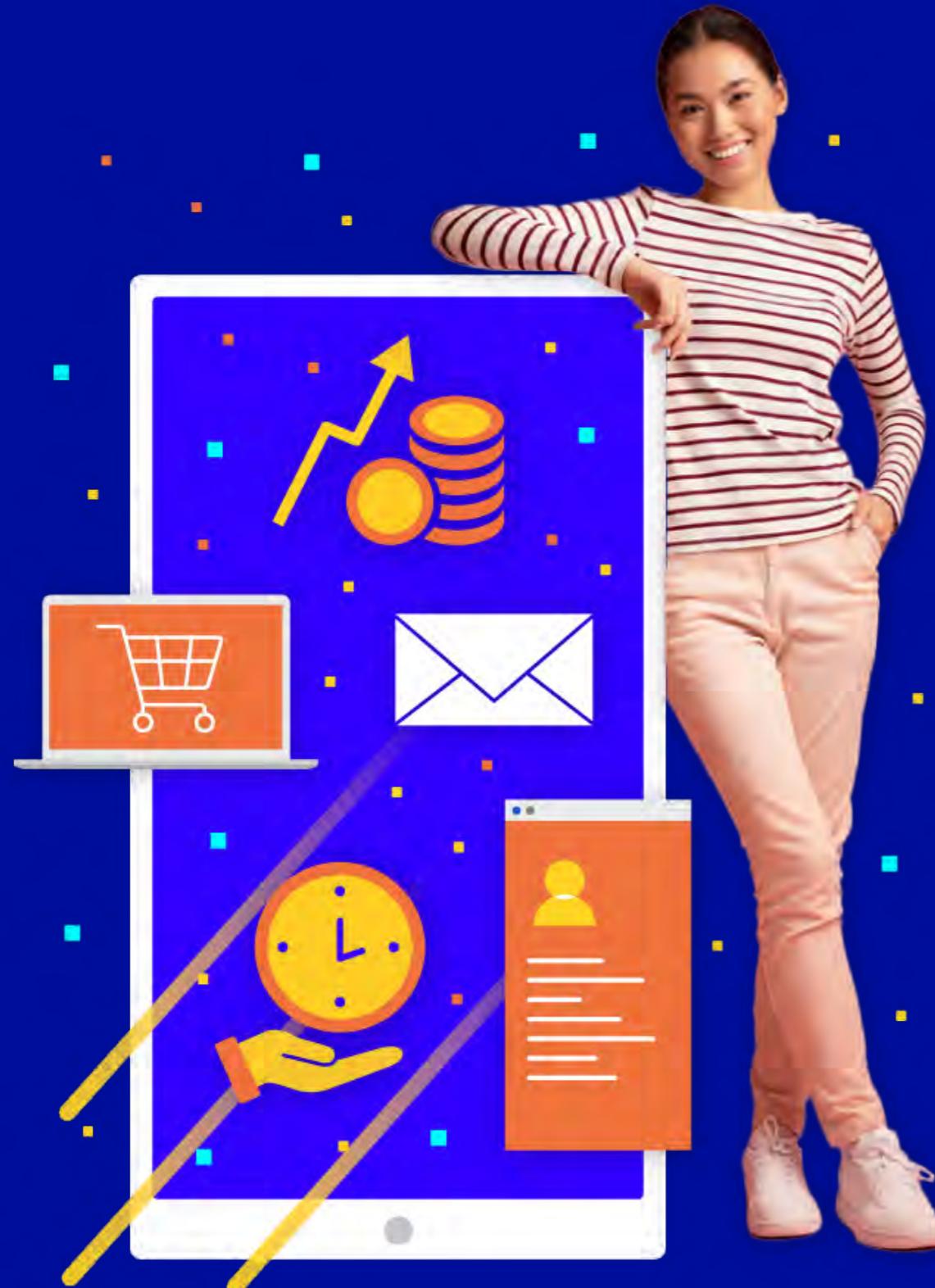


Ne manquez aucune vente en ligne !

le guide pour créer et développer votre e-commerce en 9 étapes



AU SOMMAIRE



- 01 CRÉER VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE
- 02 HÉBERGER VOTRE SITE E-COMMERCE
- 03 RÉALISER VOTRE CATALOGUE PRODUIT
- 04 CHOISIR VOTRE SOLUTION DE PAIEMENT EN LIGNE
- 05 PROMOUVOIR VOTRE BOUTIQUE EN LIGNE
- 06 PILOTER & OPTIMISER LES PERFORMANCES DE VOTRE SITE
- 07 ANALYSER & AMÉLIORER VOS STATISTIQUES
- 08 SÉCURISER VOTRE SITE E-COMMERCE
- 09 FAIRE VIVRE À VOS CLIENTS LA MEILLEURE EXPÉRIENCE

L'ENTREPRENEURIAT À L'ÈRE DU DIGITAL

**REVENIR À L'ESSENTIEL,
REPRENDRE LE CONTRÔLE SUR SON AVENIR,
SE CONSACRER À SA PASSION...**

Ces dernières années ont profondément changé la donne et poussé un grand nombre de porteurs de projet à sauter le pas de l'entrepreneuriat. À cet engouement pour la création d'entreprise, s'ajoute l'accessibilité jusqu'alors inégalée aux technologies qui permet à des entrepreneurs d'horizons différents, et sans formation préalable, de s'appuyer sur le numérique pour créer, gérer et développer leur entreprise.



Le commerce digital prend une place prépondérante :

2021

995 000 entreprises
ont vu le jour en France

Entreprises possédant une vitrine numérique



2022

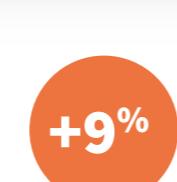
+1 million d'entreprises
ont été créées



Vente en ligne sur une plateforme digitale
(site e-commerce, réseau social, place de marché)



51%



60%

Utilisation d'outils d'analyse pour mieux cerner les besoins clients



28%



40%

Pour autant, le digital n'est pas toujours la passion première des entrepreneurs, déjà pris dans un quotidien bien chargé.

Avec ce guide, nous vous accompagnons étape par étape pour lancer et réussir votre activité de commerce en ligne.

Que vous soyez en phase de création, que vous ayez déjà une entreprise bien établie ou que vous souhaitiez faire évoluer votre business, la présence en ligne est devenue une nécessité

L'e-commerce, un accélérateur pour le commerce de proximité

Selon la Fevad (fédération e-commerce et vente à distance)⁽¹⁾, en 2022, on recense en France :

560 millions

nombre de transactions réalisées en ligne en France au 3^{ème} trimestre 2022.

+ 16,8 %

Taux de croissance du e-commerce au 3^{ème} trimestre

+ 6 %

Nouveaux sites e-commerce en France

(1)Source : <https://www.fevad.com/bilan-du-e-commerce-au-3eme-trimestre-2022-les-ventes-sur-internet-approchent-les-36-milliards-deuros/>

Les avantages d'avoir un site e-commerce

- > Générer une nouvelle source de revenus et booster vos ventes
- > Disposer d'une vaste zone de chalandise et toucher de nouveaux clients
- > Rendre vos produits ou services accessibles et disponibles 24/7



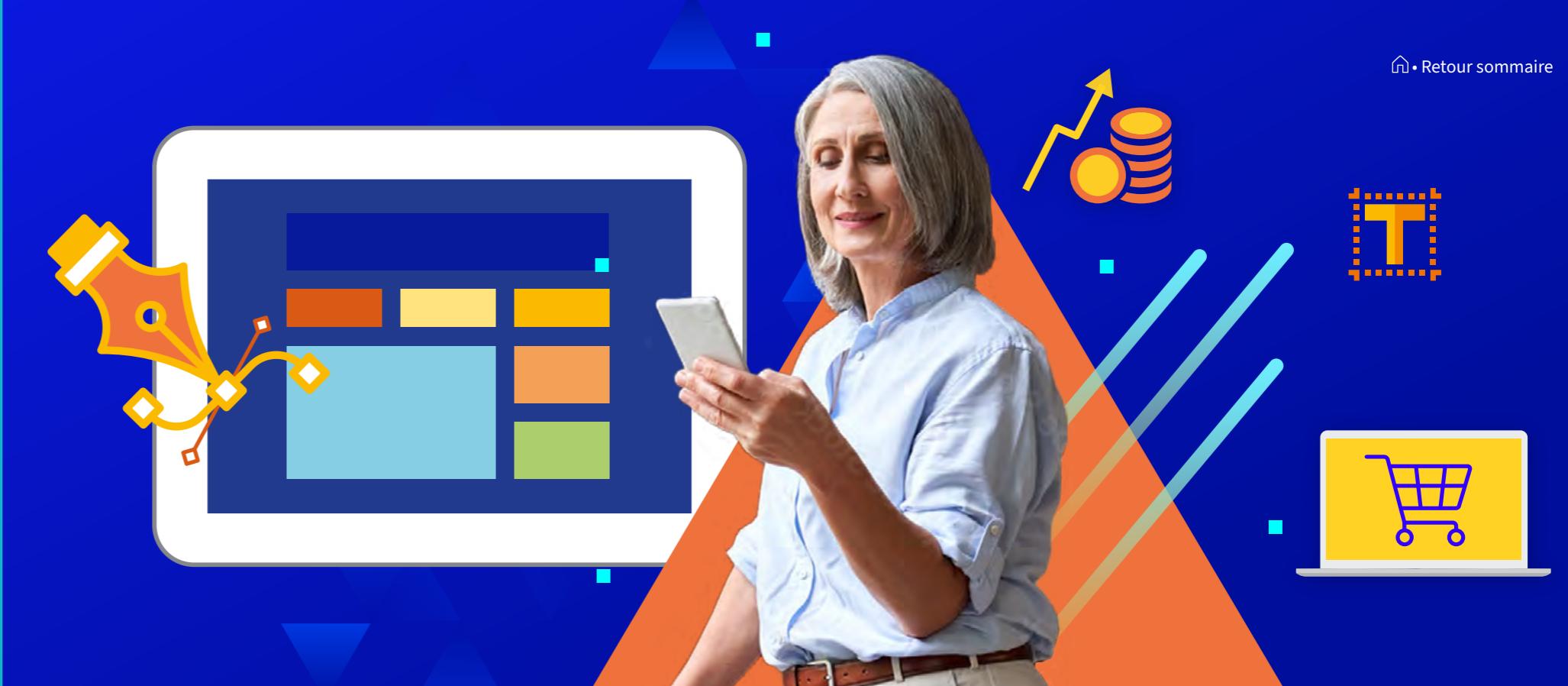
**Avec ce guide,
découvrez comment
lancer vous-même
votre activité en ligne
en seulement
9 étapes !**

CRÉER VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE

IL EST TEMPS DE DONNER VIE À VOTRE IDÉE, ET CELA COMMENCE PAR L'IDENTITÉ DE MARQUE. À L'IMAGE DE LA VITRINE DE VOTRE MAGASIN, ELLE REPRÉSENTE VOTRE ENTREPRISE.

Elle permet à la fois de :

- > Vous identifier
 - > Vous différencier
 - > Créer de la préférence



A) Composition de l'identité de marque

Le nom de marque

Favorisez un nom court et compréhensible, de préférence en lien avec votre activité, vos produits ou vos services. N'oubliez pas que vos clients doivent pouvoir se l'approprier facilement pour parler de vous !

Les couleurs

Les couleurs ont un vrai impact sur la perception de votre marque. Votre palette de couleurs peut se composer de 2 couleurs principales et 2 à 3 couleurs secondaires. Elle doit être harmonieuse et en phase avec votre activité.

Le logo incarne visuellement votre marque sur tous vos supports de communication. Il peut consister en un symbole qui représente votre activité ou un monogramme qui reprend les initiales de votre nom.

Le logo

Le logo incarne visuellement votre marque sur tous vos supports de communication. Il peut consister en un symbole qui représente votre activité ou un monogramme qui reprend les initiales de votre nom de marque.

baseline

Le slogan est l'extension de votre nom de marque il explique ce que vous faites, comment vous le faites ou les bénéfices associés à vos produits. Il doit être accrocheur, mémorable et, idéalement, susciter de l'émotion.

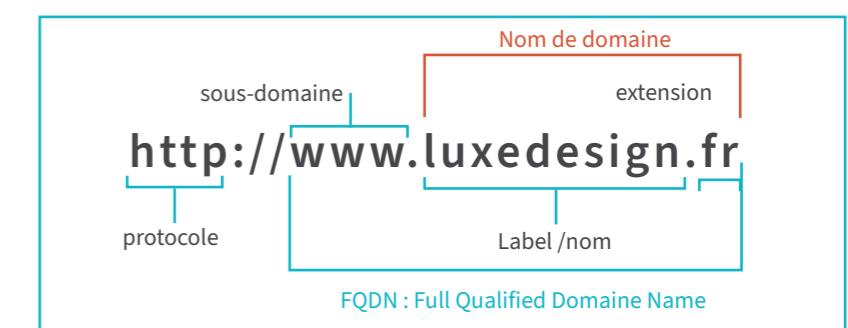
Le slogan baseline

Le slogan est l'extension de votre nom de marque, il explique ce que vous faites, comment vous le faites ou les bénéfices associés à vos produits. Il doit être accrocheur, mémorable et, idéalement, susciter de l'émotion.

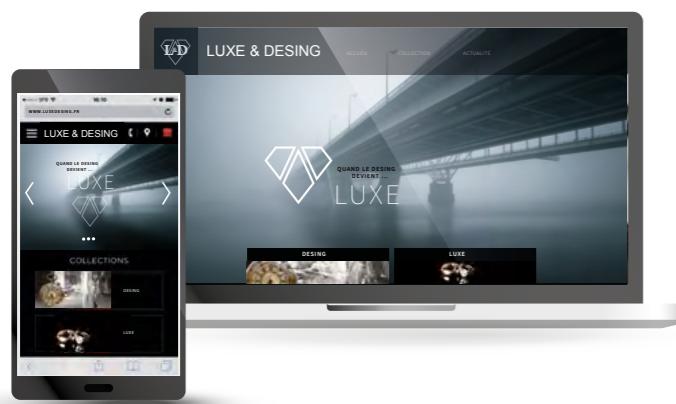
B) Définir le nom de domaine de votre site

Vous pouvez utiliser le nom de votre marque ou opter pour un nom en lien avec votre activité, vos produits ou vos services.

URL : Uniform Ressource Locator



C) Choisir entre les différentes extensions



Votre identité
numérique découle
de votre identité de
marque,
et le nom de domaine
en est le premier
marqueur.



Il existe plus de 1 500 extensions dans le monde en 2023 :

- > Les extensions géographiques de pays, expl. : **.fr**
 - > L'extension la plus populaire **.com**
 - > L'extension destinée aux organisations à but non lucratif, associations ou services publics **.org**

Les nouvelles extensions

- Les extensions géographiques de ville ou de commune, expl. : **.paris**
 - Les extensions de noms de marques, expl. : **.mamarque**
 - Les extensions thématiques, en lien avec votre activité

Pour vous e-commerçants, en complément des extensions .com ou .fr, envisagez les .shop, .shopping, .store, .boutique ou .online, renforçant la modernité de votre marque. Elle coûte en moyenne une dizaine d'euros pour un enregistrement d'un an. N'oubliez pas de renouveler votre domaine tous les ans.

01

CRÉER VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE

[Retour sommaire](#)



<http://www.....>

D) Les extensions les plus utilisées dans le monde



E) Les noms de domaine premium

Un nom de domaine premium est court, optimisé et générique. Généralement très recherché, il peut faciliter le référencement de votre site dans les moteurs de recherche.

Plus onéreux que le nom de domaine standard, le nom de domaine premium permet :

- > D'associer votre marque à un domaine d'activité spécifique
- > De légitimer votre activité, inspirer la confiance et asseoir votre crédibilité dans votre domaine
- > De faciliter le référencement et d'avoir plus de visiteurs sur votre site

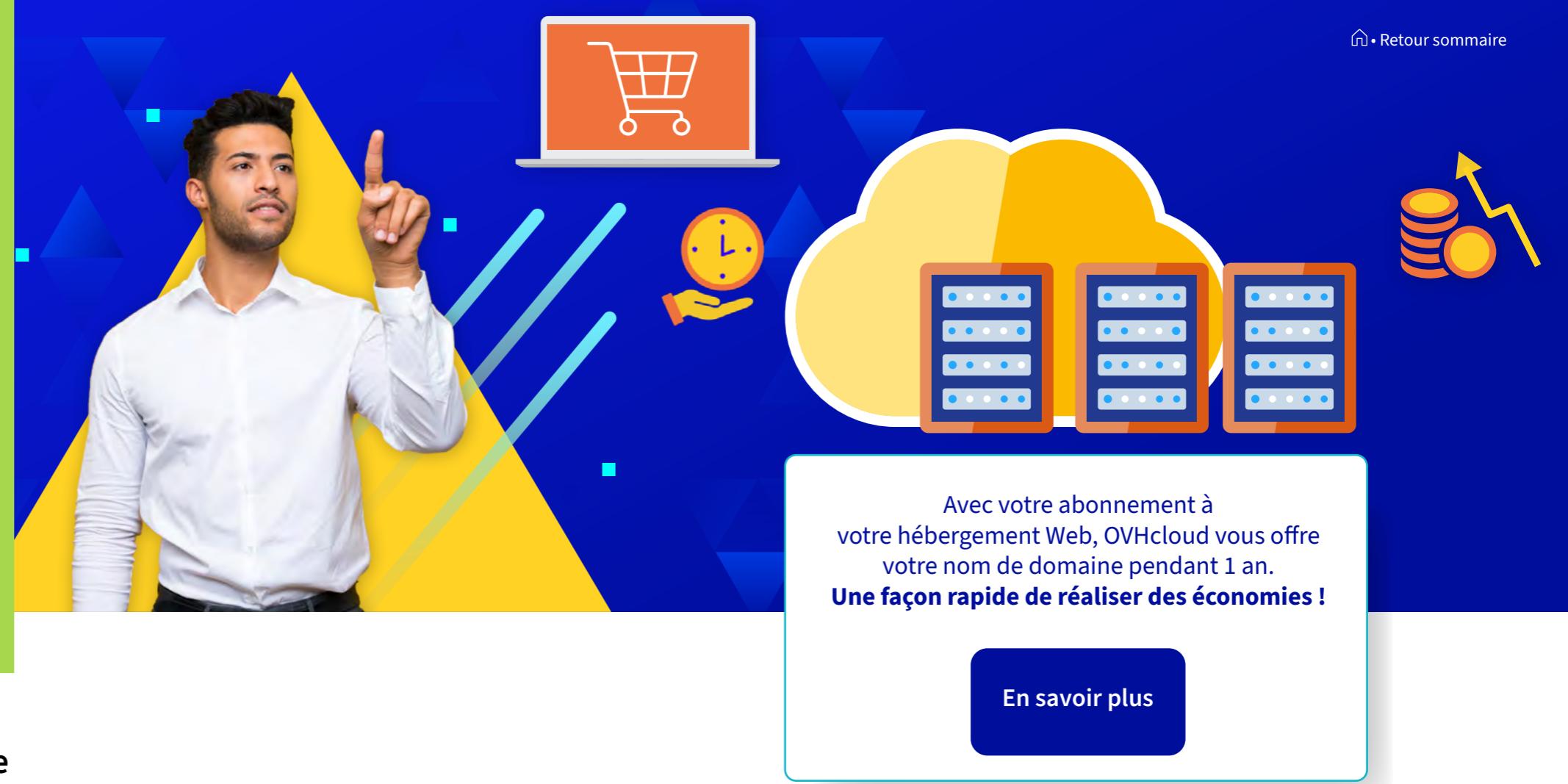
OVHcloud est connecté aux principales plateformes de revente de noms de domaine pour que vous puissiez choisir celui qui correspond vraiment à votre activité !

Standard ou premium, disponible ou en vente par un propriétaire, vérifiez la disponibilité et le prix de votre nom de domaine.

C'est par ici !

HÉBERGER VOTRE SITE E-COMMERCE

MAINTENANT QUE VOUS AVEZ DÉFINI VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE ET RÉSERVÉ VOTRE NOM DE DOMAINE, VOUS DEVEZ CHOISIR UNE SOLUTION D'HÉBERGEMENT POUR VOTRE FUTUR SITE.



Avec votre abonnement à votre hébergement Web, OVHcloud vous offre votre nom de domaine pendant 1 an.
Une façon rapide de réaliser des économies !

[En savoir plus](#)

L'hébergement de votre boutique en ligne

Flexibilité, simplicité, performances, prix...

Le choix de votre hébergeur web va dépendre de plusieurs critères :

- > La nature de votre activité en ligne, par exemple l'e-commerce
- > Le niveau de fiabilité et de sécurité souhaité pour votre site
- > Le prix de l'hébergement et les performances associées
- > L'évolutivité de l'hébergement en fonction de vos objectifs de croissance

Quels critères pour choisir son Hébergeur ?

Au-delà du prix, notre top 5 des bonnes questions à se poser :

- > Quelle richesse d'offres dénotant de la capacité à accompagner votre croissance avec des solutions plus robustes et avancées ?
- > Quelle capacité à sécuriser vos données, vous protéger des attaques ?
- > Quelle est la taille de l'écosystème de partenaires maîtrisant la technologie de l'hébergeur ?
- > Quelle facilité d'usage des outils pré-installés, quelle qualité de support et d'accompagnement en cas de problème ?
- > Quelle capacité à garantir la souveraineté de vos données, et à vous les restituer pour rester libre d'aller ailleurs ?

Afin d'adresser tous les besoins et exigences du développement web, les hébergeurs proposent différents types d'hébergement.

OVHcloud s'adresse aux non spécialistes du web comme aux experts avec sa gamme étendue de solutions d'hébergement.

Les différentes solutions d'hébergement :

OVHcloud	Offres	Perso et Pro	Performance	WebCloud
Usage	Projet personnel ou business	E-commerce	Projets web avancés	
Ressources	Mutualisées entre plusieurs sites web	Partagées entre plusieurs sites web mais avec minimum garanti	Vous êtes le seul client sur la ressource. Votre puissance de calcul n'est jamais altérée par un autre site	
Adapté pour	Non spécialiste	Non spécialiste	Connaisseur, développeur	



La grande majorité des solutions d'hébergement s'accompagnent d'un support technique. Si vous avez des doutes ou des questions au moment de l'élaboration de votre site, n'hésitez pas à le contacter !

Une fois votre hébergement souscrit, vous allez pouvoir vous consacrer à la création de votre site web. Pour cela, vous avez besoin d'un CMS.

Le choix d'un CMS doit être déterminé par la nature de votre activité. Par exemple, un site e-commerce n'aura pas les mêmes besoins qu'un site vitrine (non destiné à la vente directe).

Chaque CMS propose des thèmes gratuits et personnalisables pour vous aider à trouver l'inspiration et créer votre site en toute simplicité.

Les avantages d'un CMS pour votre site



Des options de personnalisation

Organisation des informations, images, formulaires de contact... Concevez un site à votre image en quelques clics



Un outil multigestion

Gagnez en productivité en faisant travailler plusieurs personnes sur le même outil de gestion de contenu



Un gain de temps

De la mise en ligne de votre site, à son entretien en passant par son optimisation, agissez facilement et rapidement



Une solution économique

Créez un site qui s'adapte automatiquement à la taille d'écran de tous les appareils (ordinateur, tablette, smartphone, etc.)

PrestaShop, le CMS des e-commerçants



Par Narobaz



PrestaShop offre la possibilité de :

- > Concevoir votre boutique en ligne
- > Publier du contenu sur vos produits
- > Créer votre catalogue produit
- > Gérer vos stocks
- > Traiter les commandes
- > Proposer des moyens de paiement
- > Définir vos modes de livraison

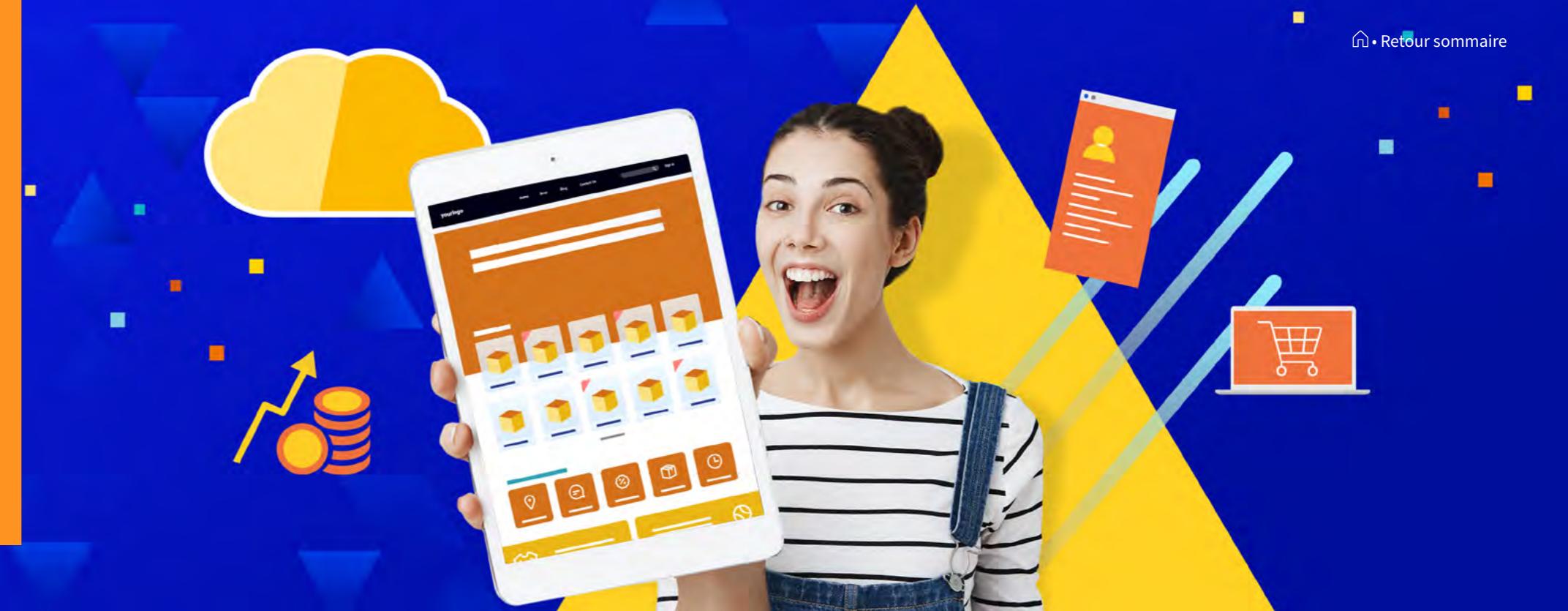
En souscrivant à une solution d'hébergement OVHcloud, nous préinstallons pour vous Prestashop **sans surcoût !**

[En savoir plus](#)

03

RÉALISER VOTRE CATALOGUE PRODUIT

VOUS AVEZ CHOISI VOTRE SOLUTION D'HÉBERGEMENT ET COMMENCÉ À VOUS FAMILIARISER AVEC VOTRE CMS MAINTENANT, IL EST TEMPS DE METTRE EN VALEUR VOS PRODUITS !



Le catalogue produit

Élément crucial de tous sites e-commerce, le catalogue produit permet de présenter vos produits et de fournir toutes les informations utiles et nécessaires afin d'inciter les internautes à passer à l'achat.

L'organisation de votre catalogue produit

- Répertoriez les produits que vous souhaitez mettre en vente sur votre site
- Structurez vos produits autour de catégories et de sous-catégories cohérentes
- Fixez vos prix en assurant une homogénéité d'ensemble avec votre boutique physique

Refléchissez bien aux noms de vos produits, de vos catégories et de vos sous-catégories : certains mots sont plus recherchés sur les moteurs de recherche que d'autres. Cela vous permettra de travailler le référencement.

Plus d'informations sur le référencement

[En savoir plus](#)

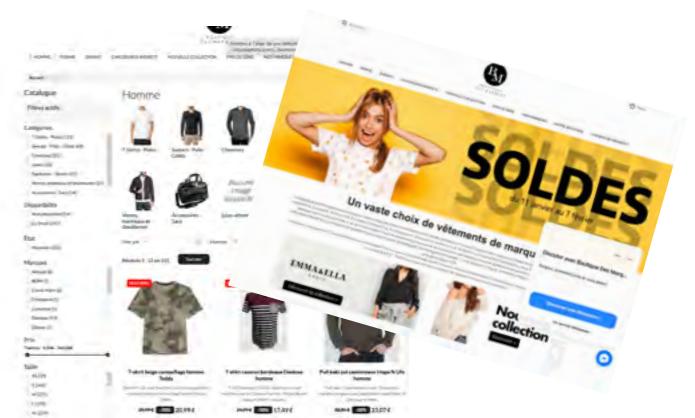
Vous pouvez associer chaque produit à des produits similaires ou réfléchir à des lots d'articles (routines beauté, kits de découverte, ensemble de vêtements, etc.). En plus de fluidifier la navigation entre vos différents produits, l'association de produits a un fort pouvoir de suggestion et, potentiellement, d'achat

La gestion de votre catalogue produit a un impact direct sur l'expérience d'achat. Au plus cette expérience est positive, au plus vous multipliez les chances de générer des achats.

Les avantages d'un catalogue produit bien structuré

Un catalogue clair, détaillé, bien organisé et mis à jour régulièrement :

- suscite de la confiance
- facilite la navigation entre vos différents produits
- évite les erreurs de stock et les déceptions côté client



La gestion de votre catalogue produit sur PrestaShop

PrestaShop embarque un outil de gestion simple et complet qui permet d'ajouter, de modifier ou de supprimer des produits en quelques clics.

Favorisez les photos et vidéos de vos produits en situation d'usage : cela permettra à vos clients de se projeter plus

04

CHOISIR VOTRE SOLUTION DE PAIEMENT EN LIGNE

VOTRE CATALOGUE PRODUIT EST PRÊT ! MAIS AVANT DE POUVOIR METTRE VOTRE SITE EN LIGNE ET COMMENCER À VENDRE VOS PRODUITS, VOUS DEVEZ ASSURER UNE EXPÉRIENCE DE PAIEMENT RASSURANTE À VOS CLIENTS.

Le paiement en ligne

Élément crucial de tous sites e-commerce, le catalogue produit permet de présenter vos produits et de fournir toutes les informations utiles et nécessaires afin d'inciter les internautes à passer à l'achat.



Selon une étude du Baymard Institute^(*)

18 %

des interrogés abandonnent leur panier car ils n'ont pas confiance dans le mode de paiement employé

17 %

car le processus de paiement est trop long ou trop compliqué

9 %

car le site n'offre pas suffisamment de solutions de paiement

(*)Source : <https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate>

Vous pouvez aussi choisir des modes de paiement plus classiques, comme le chèque ou le paiement par téléphone.



Les différents modes de paiement

Si la qualité et la diversité de vos produits ainsi que la navigabilité de votre site jouent un rôle clé dans le succès de votre boutique en ligne, le paiement est une étape cruciale qui mérite votre attention.

Les portefeuilles électroniques

C'est une solution de paiement liée au compte bancaire d'une personne qui permet d'effectuer des achats en toute simplicité.

Avantages :

- La rapidité
L'internaute accède à son portefeuille en ligne à l'aide de son mot de passe
- La facilité
L'internaute n'a pas à se munir de sa carte ni à rentrer ses coordonnées bancaires
- La sécurité
Chaque transaction génère un identifiant unique et aléatoire, plus difficilement piratable

Certains sites e-commerce acceptent la monnaie virtuelle comme le Bitcoin. Faciles et rapides, les paiements par monnaie virtuelle se démocratisent de plus en plus, même s'ils s'adressent principalement aux gros acteurs de l'e-commerce.

Le contrat de vente à distance sécurisé (VADS)

C'est un contrat qui vous lie à une banque et vous permet d'intégrer un module de paiement virtuel sur votre site.

Avantages :

- La confiance
La redirection vers une page de paiement dédiée, parfois hébergée par la banque elle-même
- La sécurité
Le contrat offre des garanties de paiement et toutes les transactions sont sécurisées
- La diversité
La possibilité d'offrir plusieurs moyens de paiement (carte bancaire, prélèvement SEPA)

La solution e-commerce installée avec votre hébergement web, PrestaShop, inclut toutes ces expériences de paiements.

05

PROMOUVOIR VOTRE BOUTIQUE EN LIGNE

VOTRE SITE EST EN LIGNE, BRAVO ! IL EST TEMPS D'EN FAIRE LA PROMOTION POUR ATTIRER DES VISITEURS ET VENDRE VOS PRODUITS.

Du SEO au SEA en passant par les réseaux sociaux ou les campagnes d'emailing, il existe de nombreuses façons de promouvoir votre site.



Le référencement **naturel**

Le SEO est une méthode d'optimisation d'un site web permettant d'apparaître dans les premiers résultats des moteurs de recherche. Il repose sur une logique de mots clés en rapport avec votre activité.

Avantages :

- Permet de développer votre présence en ligne et d'augmenter votre visibilité
- Génère un trafic qualifié, c'est-à-dire des visiteurs déjà intéressés par vos produits
- Multiplie vos chances de déclencher un acte d'achat par un visiteur qualifié

Inconvénients :

- Les résultats peuvent mettre du temps à arriver
- Le travail sur les mots clés est à maintenir sur la durée
- Le SEO n'offre aucune garantie de résultats

! Même si le SEO est décrit comme une méthode gratuite, il peut nécessiter des investissements (si votre domaine d'activité est très concurrentiel par exemple).

Le référencement **payant**

Le SEA repose sur une logique d'enchères qui consiste à acheter des mots clés en rapport avec votre activité afin d'être mieux classé dans les moteurs de recherche.

Avantages :

- Permet d'être positionné en haut du classement des moteurs de recherche très rapidement
- Génère un trafic très qualifié et donc d'autant plus d'opportunités de générer des ventes
- Offre des résultats garantis

Inconvénients :

- La logique d'enchères veut que, plus un mot clé est recherché, plus il sera onéreux
- Les investissements doivent être maintenus pour garder une bonne position
- La concurrence peut être très forte selon votre domaine d'activité et les mots clés choisis

La communication est un atout majeur pour tous les acteurs de l'e-commerce. Elle permet de faire connaître vos produits, d'entrer en contact avec vos clients et de déclencher des actes d'achat.

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux permettent de communiquer facilement et à moindre coût sur vos produits.



Inutile d'être présent sur tous les réseaux sociaux, vous risquez plus de vous épargiller qu'autre chose ! Nous vous conseillons de sélectionner ceux qui sont le plus adaptés à votre activité et à vos clients cibles.

Communiquer sur les réseaux sociaux

- Soignez la création de votre page et n'oubliez pas d'y ajouter un lien vers votre site
- Publiez régulièrement du contenu (photos, vidéos, articles de presse, avis clients, etc.)
- Interagissez avec votre communauté en répondant aux commentaires, aux messages ou en partageant des contenus qui mentionnent votre marque

Mettez en place une newsletter ! Visant à informer sur les actualités de la marque, mettre en avant des contenus à forte valeur ajoutée ou créer du trafic vers votre site, ce format périodique est très répandu et facile à mettre en place.

La plupart des réseaux sociaux offrent la possibilité de faire de la publicité payante. C'est un bon moyen de développer rapidement votre visibilité auprès de vos clients cibles !

OVHcloud propose Visibilité Pro, une solution permettant notamment de répondre à tous les commentaires de tous vos clients depuis un seul endroit

[En savoir plus](#)

Les campagnes **emailing**

L'emailing permet de générer du trafic sur votre site ou de rester en lien avec vos clients.

Avant de lancer une campagne emailing, il faut avoir une base de données clients. Vous pouvez utiliser votre site afin d'obtenir des adresses emails, à l'aide d'un formulaire de contact par exemple.

Il existe plusieurs types d'emailing répondant chacun à des objectifs différents :

- L'email de promotion pour fidéliser vos clients existants, obtenir de nouveaux clients et booster vos ventes
- L'email transactionnel pour tenir vos clients informés de l'évolution de leur commande, la livraison, etc.
- L'email de fidélisation pour faire des recommandations personnalisées ou des offres promotionnelles ciblées

Votre hébergement Performance inclus jusqu'à 1000 comptes mail professionnels de 5Go. Associez vos mails à votre nom de domaine !

[En savoir plus](#)

Télévision, cinéma, radio, presse, affichage publicitaire : vous pouvez aussi recourir à la communication traditionnelle. Néanmoins, prévoyez un budget conséquent pour assurer une prise de parole efficace sur l'un ou plusieurs de ces médias.

06

PILOTER & OPTIMISER LES PERFORMANCES DE VOTRE SITE

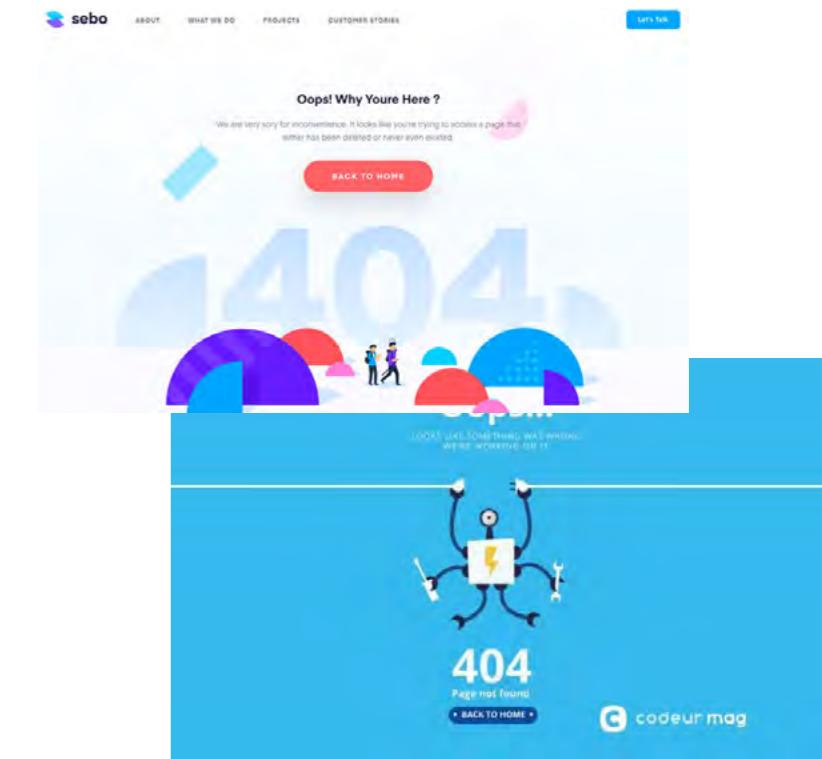
VOTRE BOUTIQUE EN LIGNE EST BIEN LANCÉE ET VOUS GÉNÉREZ DES VENTES. MAINTENANT, VOUS ALLEZ POUVOIR VOUS CONCENTRER SUR L'OPTIMISATION DES PERFORMANCES DE VOTRE SITE.



Malgré tous les efforts, il se peut que votre site soit indisponible de temps à autre.

Si l'indisponibilité de votre site est planifiée et inévitable, n'hésitez pas à communiquer auprès de vos clients afin d'expliquer la raison de la panne ou d'annoncer un retour à la normale.

Prévoyez la création d'une page d'erreur personnalisée qui présente des excuses ou explique la situation, plutôt que de renvoyer vers des pages d'erreur génériques.



La disponibilité de votre site

Pour qu'un site e-commerce fonctionne correctement et que vos clients ne soient pas interrompus en plein processus d'achat, il faut assurer la disponibilité web. Et celle-ci est intrinsèquement liée au choix de votre hébergeur.

Les enjeux d'un site e-commerce disponible en continu de votre site

Votre classement dans les moteurs de recherche dépend directement de la performance de votre site web ! Plus le temps de chargement de vos pages est rapide, plus vous avez de chances d'être bien classé.

À la disponibilité web s'ajoute un autre critère déterminant : la vitesse de chargement de votre site.

40 %

des internautes quittent une page qui met plus de 2 secondes à charger⁽¹⁾

Un site qui charge en 1 seconde à un [taux de conversion](#)

2,5 fois plus

plus élevé qu'un site qui charge en 5 seconde⁽²⁾

Source :

(1) <https://neilpatel.com/blog/loading-time/#:~:text=40%25%20of%20people%20abandon%20a,sales%20every%20year.%20%C2%BB>

(2) <https://www.portent.com/blog/analytics/research-site-speed-hurting-everyones-revenue.htm>

En fonction de la charge du trafic sur votre site, OVHcloud

- > Vous alerte lorsqu'il est temps de souscrire à un hébergement plus performant
- > Vous permet de faire face aux pics saisonniers avec l'option BOOST, mettant à disposition des ressources supplémentaires pendant une durée limitée

Avec l'outil OVHcloud Web Statistic, vous pouvez moniterer votre site et être alerté en cas de problème.

Optimiser la vitesse de chargement de votre site

- > Optez pour une solution d'hébergement performante
- > Réduisez le poids des images ou des vidéos présentes sur votre site
- > Mettez à jour votre site, plug-ins et autres applications
- > Supprimez les plug-ins et les applications que vous n'utilisez pas

Le CDN (Content Delivery Network ou Réseau de Diffusion de Contenu) est une technologie incontournable pour accélérer le temps de chargement de vos pages. Elle consiste à mettre en cache le contenu de vos pages web pour les délivrer le plus rapidement possible à votre visiteur, depuis la localisation la plus proche de lui.

OVHcloud inclut le CDN dans tous ses hébergements 'Performance', et le propose en option pour les hébergements Perso et Pro.

[En savoir plus](#)

07

ANALYSER & AMÉLIORER VOS STATISTIQUES

SI L'OPTIMISATION DE VOTRE SITE PASSE PAR SA DISPONIBILITÉ, SON TEMPS DE CHARGEMENT ET SON NIVEAU DE SÉCURITÉ, IL PASSE AUSSI PAR UN SUIVI STATISTIQUE RÉGULIER.

Elle permet à la fois de :

- > Vous identifier
- > Vous différencier
- > Créer de la préférence



Analyser et améliorer vos statistiques

Visites, panier moyen, temps passé... Chaque site génère des indicateurs clés de performance, ou KPI, qui permettent de mesurer l'efficacité de votre site e-commerce et d'orienter votre stratégie commerciale.

Les avantages du suivi et de l'analyse de vos statistiques

- > Mesurer l'efficacité et assurer la bonne santé de votre boutique en ligne
- > Identifier de potentielles défaillances afin d'améliorer la navigation
- > Exploiter les points forts de votre site pour générer plus de ventes
- > Évaluer précisément vos ventes et fixer vos objectifs de croissance
- > Comprendre le comportement des internautes sur votre site
- > Guider vos actions pour augmenter le trafic sur votre site



Toujours avec votre outil OVHcloud Web Statistic, vous pouvez suivre tous les indicateurs de trafic et de conversion de ce trafic en ventes.

[En savoir plus](#)

Les principaux KPI à suivre

Les KPI globaux

Ce sont les premiers indicateurs du succès de votre activité en ligne et de l'efficacité de votre site e-commerce

- > Les revenus totaux générés par les ventes
- > Le nombre de commandes passées

Les KPI d'acquisition

Ils informent sur les internautes qui se rendent sur votre site et reflètent votre stratégie de promotion

- > Le nombre de visiteurs
L'ensemble des visites (un internaute peut visiter plusieurs fois votre site dans la même journée)
- > Le nombre de nouveaux visiteurs
Les internautes qui se rendent sur votre site pour la première fois
- > Les sources de trafic
Identifier d'où proviennent les visiteurs (trafic direct, recherches internet, sites référents, etc.)

Les KPI de conversion

Ils réunissent toutes les statistiques en lien avec le comportement des internautes sur votre site

- > Le taux de clic
Le nombre de clics sur les différentes pages de votre site (CTA, clic sur un produit, ajout au panier, etc.)
- > Le temps passé
Combien de temps un internaute passe sur votre site en moyenne
- > Le taux d'abandon de panier
La quantité d'internautes qui ont ajouté un produit au panier mais n'ont pas finalisé l'achat
- > Le taux de conversion
Le nombre de visiteurs qui ont passé un achat sur votre site
- > Le panier moyen
Le prix de commande moyen passé sur votre site, intrinsèquement lié au prix de vos produits

Vous pouvez comparer vos statistiques dans le temps afin d'identifier les temps forts commerciaux pour votre activité (fêtes de fin d'année, rentrée scolaire, journées internationales / mondiales, etc.) et de communiquer plus fortement à ces moments-là.

Important : OVHcloud Web Statistic présente l'avantage de ne pas collecter les données personnelles de vos visiteurs et respecte ainsi la réglementation en vigueur (RGPD).

08

SÉCURISER VOTRE SITE E-COMMERCE

UNE FOIS QUE VOUS AVEZ MENÉ CE TRAVAIL D'OPTIMISATION DES PERFORMANCES DE VOTRE SITE WEB, NOUS VOUS RECOMMANDONS FORTEMENT DE SÉCURISER VOTRE BOUTIQUE EN LIGNE.

Coordonnées bancaires, adresses postales, etc. Les sites e-commerce traitent un grand nombre de données personnelles quotidiennement. La protection de ces données est capitale, aussi bien pour vous que pour vos clients. Il en va de votre réputation !



La cybercriminalité est une réalité

+1/2 entreprise,

victime de cybercriminalité en 2021⁽¹⁾

73 %

des attaques sont liées au phishing⁽²⁾

69 %

des entreprises concernées par ces attaques sont des TPE / PME⁽³⁾

Source :

(1) <https://www.cesin.fr/actu-7eme-edition-du-barometre-annuel-du-cesin-enquete-exclusive-sur-la-cybersecurite-des-entreprises-francaises.html>

(2) <https://www.cesin.fr/actu-7eme-edition-du-barometre-annuel-du-cesin-enquete-exclusive-sur-la-cybersecurite-des-entreprises-francaises.html>

(3) https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/dossier_de_presse_cnil_bilan_2021_et_enjeux_2022_vf.pdf

Les conséquences d'une cyberattaque

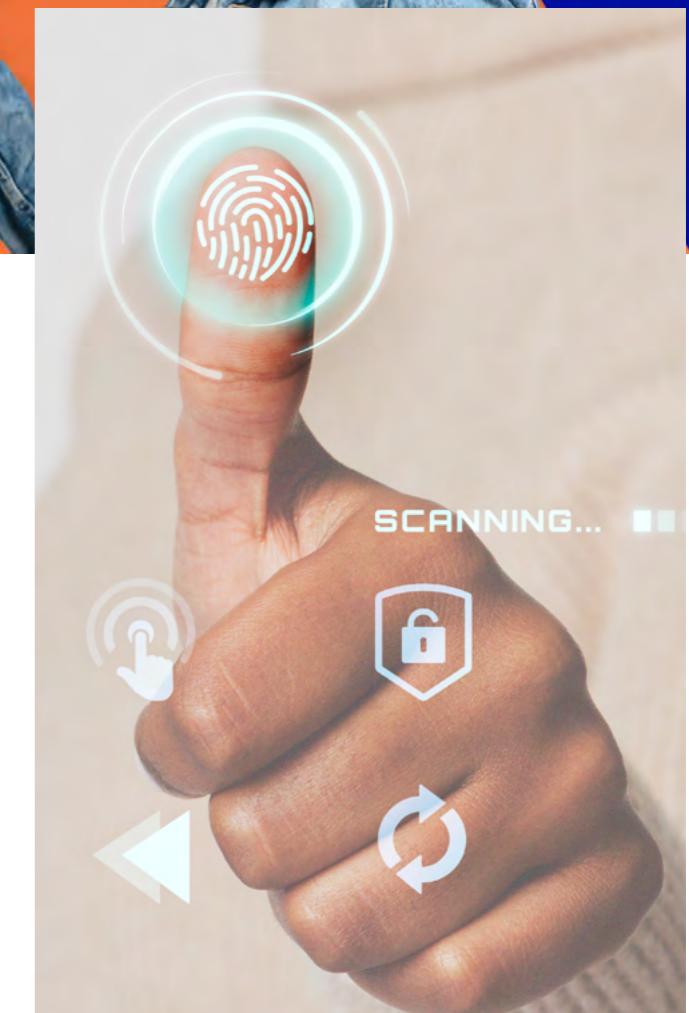
- La fuite des données personnelles, entraînant une perte de crédibilité
- Le dysfonctionnement de votre site (indisponibilité, non-affichage, etc.)
- La perte, parfois considérable, de chiffres d'affaires

Les principales menaces

- **Les cross-site scripting**
Consiste à modifier le contenu de votre site pour subtiliser des données personnelles
- **Le phishing ou hameçonnage**
Prend la forme de liens frauduleux envoyés par mail ou téléphone pour voler des informations
- **L'homme au Milieu**
Comparable à une usurpation d'identité, le pirate agit en lieu et place du vendeur
- **DDoS ou attaque par déni de service**
Consiste à saturer un serveur afin d'impacter les performances d'un site

Sécuriser votre site e-commerce

- **Changez régulièrement tous les mots de passe** de votre site web
- **Créez des mots de passe complexes** et aléatoires à l'aide d'un générateur de mots de passe par exemple
- **Effectuez toutes les mises à jour** et faites régulièrement des sauvegardes de votre site
- **Sécurisez votre ordinateur** et ceux de vos collaborateurs avec un antivirus fiable



Passez votre site en HTTPS et instaurez un certificat SSL / TLS sur toutes les pages de votre site. Ce protocole chiffré promet une protection optimale de votre site et des données personnelles de vos clients. OVHcloud inclut dans toutes ses offres le certificat SSL, indispensable à la sécurité de votre site.

[en savoir +](#)

09

FAIRE VIVRE À VOS CLIENTS LA MEILLEURE EXPÉRIENCE

MAINTENANT QUE VOTRE SITE EST OPTIMISÉ ET QUE VOUS GÉNÉREZ DES VENTES, IL EST TEMPS D'ALLER PLUS LOIN ET D'ENRICHIR L'EXPÉRIENCE QUE VOUS OFFREZ À VOS CLIENTS.



L'expérience client

Elle peut être influencée par :

- > La navigation sur votre site
- > Le choix et la qualité de vos produits
- > La gestion et le suivi des commandes
- > L'expérience de livraison
- > La conformité de vos produits avec les attentes client
- > Votre disponibilité et réactivité en cas de problème

Les avantages de la fidélisation

- > Fidéliser un client revient moins cher qu'en attirer de nouveaux
- > Un client fidèle devient un ambassadeur et peut vous recommander auprès de nouveaux clients
- > Un client fidèle est moins volatil et donc moins susceptible d'aller chez la concurrence

Rester en contact avec vos clients

Que vous optiez pour une newsletter, des SMS et emails promotionnels ou une présence sur les réseaux sociaux, nous vous encourageons à multiplier les points de contact avec vos clients avant, pendant et après l'achat.

Dotez-vous d'outils de communication performants : Fibre Internet, Téléphonie sur IP et packs SMS

[en savoir +](#)

Récompensez vos clients avec un programme de fidélité

Il existe plusieurs types de programmes de fidélité :

- > **Le parrainage**
Offrir une réduction à un client qui recommande votre marque auprès d'un nouveau client
- > **Les cadeaux**
Offrir la livraison ou un cadeau à partir d'un certain montant d'achat
- > **Les remises fidélité**
Offrir des bons d'achat à valoir sur votre site quand un client a cumulé suffisamment de points
- > **Les offres exclusives**
Créer des ventes privilégiées tout au long de l'année, réservées aux clients fidèles

Vous pouvez aussi inciter vos clients à s'inscrire à votre newsletter pour recevoir un code promo valable sur un prochain achat. Cela vous permettra non seulement d'obtenir des emails de potentiels nouveaux clients mais aussi de booster vos ventes !

Le SMS est une solution efficace pour fidéliser et communiquer avec vos clients : plus de 90 % des SMS sont lus dans les 3 minutes suivant leur réception, c'est trois fois plus rapide que pour un email !

Découvrez comment créer vos campagnes marketing SMS avec les offres SMS d'OVHcloud.

[en savoir +](#)

Le service client en quelques chiffres

91 % des Français ont contacté un service client au cours des 12 derniers mois en 2022⁽¹⁾

39 % d'entre eux ont contacté un service client pour obtenir une réponse ou une solution⁽²⁾

24 % déclarent qu'une mauvaise expérience avec le service client est rédhibitoire⁽³⁾

Source :
(1) <https://www.qualimetrie.com/2022/06/16/service-client-2022>
(2) <https://www.qualimetrie.com/2022/06/16/service-client-2022/>
(3) <https://www.qualimetrie.com/2022/06/16/service-client-2022/>

Les principaux canaux du service client

- > L'email
- > Les réseaux sociaux
- > Le chat en direct
- > Le téléphone
- > La page FAQ

Les secrets d'un bon service client

- > Être réactif et répondre rapidement aux requêtes et questions de vos clients
- > Fournir toutes les informations nécessaires et anticiper les questions de vos clients
- > Rester courtois et professionnel en toutes circonstances

Le service après-vente

Que vous optiez pour une newsletter, des SMS et emails promotionnels ou une présence sur les réseaux sociaux, nous vous encourageons à multiplier les points de contact avec vos clients avant, pendant et après l'achat.

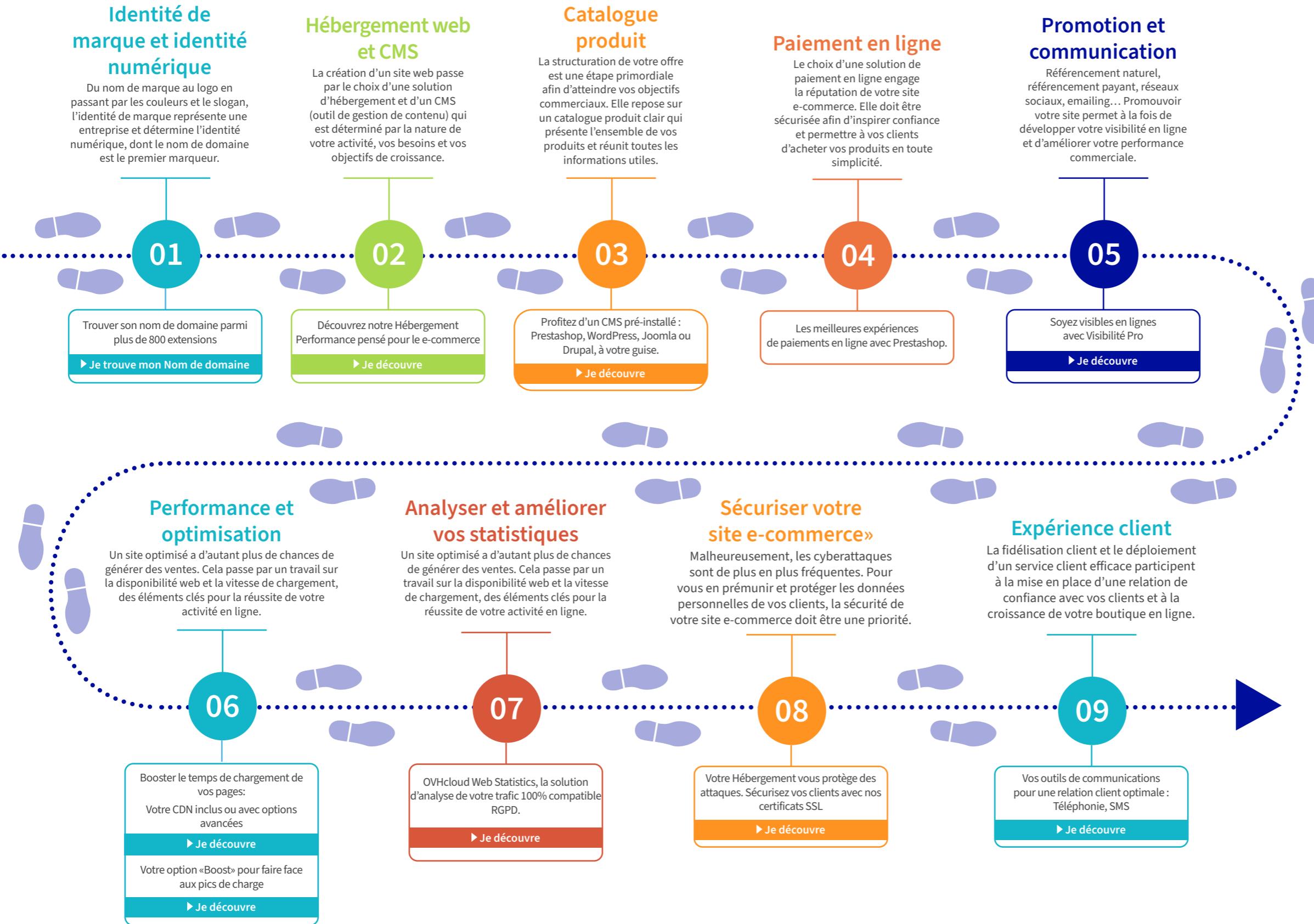
Anticiper les problèmes

- > Mettez en place une politique de retour (bon de retour, formulaire de rétractation, etc.)
- > Proposez plusieurs options de livraison et de retour (points relais, étiquette de retour prépayée, etc.)
- > N'ignorez pas les réclamations client et faites preuve de diligence dans leur traitement

Nous vous conseillons d'intégrer à votre site un questionnaire après-vente. Il vous permettra d'évaluer la satisfaction client rapidement et efficacement.

Le guide ultime pour lancer votre boutique en ligne en 9 étapes

L'ENTREPRENEURIAT SE DÉMOCRATISE ET, AVEC LUI, LA NÉCESSITÉ DE DÉVELOPPER SA PRÉSENCE EN LIGNE. AVEC CE GUIDE, DÉCOUVREZ COMMENT CONCEVOIR, GÉRER ET DÉVELOPPER VOTRE SITE E-COMMERCE EN TOUTE AUTONOMIE ET SANS FORMATION PRÉALABLE.



Rendez-vous sur OVHcloud

Trouver un partenaire