



# Lancer son e-commerce

**5 ÉTAPES POUR SE DÉVELOPPER**

**Par Jérémie Renchy**  
**Expert-comptable**



# Savoir rebondir, et voir des opportunités dans toute contrainte.

*Comment lancer sa boutique  
en ligne?*

---

La crise du Covid-19 a entraîné deux confinements et avec eux la fermeture de nombreux commerces. Ces événements nous ont montré la nécessité pour les commerçants de digitaliser leur activité ! Bien évidemment, de nombreux commerçants ont déjà commencé à chercher, trouver et mettre en place des solutions afin de poursuivre leurs activités en ligne. Ces efforts ne doivent pas s'arrêter avec la fin du confinement ! Et si vous ne les avez toujours pas mis en place, vous devriez sérieusement y réfléchir ! Pourquoi ? D'une part, car développer votre activité en ligne va vous permettre de créer de nouvelles opportunités pour votre business en multipliant les canaux de distribution ! Vous serez présent à plus d'endroits ! De plus, la vente en ligne et la vente physique se complètent très bien. Il est courant qu'un client se renseigne en ligne avant de passer à l'acte d'achat en boutique..



D'autre part, les événements du Covid-19 nous ont montré la nécessité pour les commerçants de développer leur activité en ligne. En effet, nous ne sommes pas à l'abri que de nouveaux événements impactant l'activité des commerçants se produisent à nouveau dans le futur. Être capable de vendre en ligne vous permet de faire face à tout événement vous obligeant à fermer votre boutique physique ! Vous l'aurez donc compris, vendre vos produits en ligne en parallèle de votre boutique physique ne peut être que bénéfique pour votre activité. Cependant, lancer son activité en ligne ne s'improvise pas. Aujourd'hui, il existe de nombreux moyens vous permettant de simplifier ce processus. Cependant, il y a tout de même des étapes à respecter. C'est pourquoi votre cabinet comptable vous accompagne dans ces étapes ! Voici les étapes à suivre pour un lancement de e-commerce réussi !

# Étape 1 : Préparer et cadrer le projet

*Vous ne pouvez pas vous lancer dans le commerce en ligne sans une étape de préparation et de cadrage préalable. Lors de cette étape de préparation, vous allez pouvoir établir un cahier des charges et anticiper les coûts qui vont être engendrés par ce projet.*

## Établir un cahier des charges

Établir un cahier des charges va vous permettre de vous projeter et d'anticiper les coûts qui vont être liés à ce projet.

## Contexte et présentation du projet

Dans un premier temps, le cahier des charges va vous permettre de poser le contexte et de présenter le projet. Cette première étape du cahier des charges va vous permettre d'établir clairement la démarche que vous entreprenez et son contexte. Par exemple " Vendre en ligne afin de parer à la diminution de mon activité à la suite de la crise sanitaire". Le lancement d'un site de e-commerce pour digitaliser votre activité doit également répondre à des objectifs que vous vous êtes fixés à l'avance. Aucun projet ne se lance sans que vous ayez établi des objectifs au préalable. Si vous ne savez pas comment établir vos objectifs, nous pouvons vous recommander la méthode SMART. La méthode SMART vous donne 5 critères pour établir des objectifs clairs et précis. Le terme SMART est en réalité un moyen mnémotechnique pour Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste et Temporel. C'est ce que vos objectifs doivent être. Ils doivent être spécifique, mesurable, atteignable, réaliste et temporel !



### Spécifique

Vos objectifs doivent être clairs, détaillés et significatifs

### Mesurable

Vos objectifs doivent être quantifiables. C'est-à-dire qu'ils pourront être mesurés avec des indicateurs. Exemple "Réaliser X ventes / mois"

### Atteignable

Vous devez être en mesure d'atteindre les objectifs que vous définissez. Pour cela vous devez vous assurer que vous avez les ressources nécessaires pour les atteindre.

### Réaliste

Vos objectifs doivent s'aligner avec la mission de votre entreprise !

### Temporel

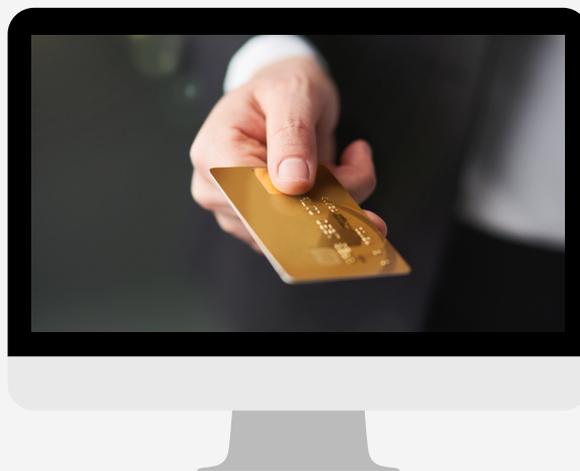
Vos objectifs doivent avoir une deadline ! C'est essentiel de fixer des échéances au bout desquelles vos objectifs seront réalisés !

**Besoins et contraintes liées au projet**

Peu importe le projet dans lequel vous vous lancez, ce dernier doit répondre à un besoin ! En effet, on ne se lance pas dans un projet s'il ne répond à aucun besoin. En exprimant clairement les besoins auxquels votre projet de e-commerce répond, vous allez pouvoir mieux comprendre et mieux visualiser le projet global. Dans cette partie du cahier des charges, vous allez également lister les différentes contraintes qui vont se poser au cours de l'élaboration de ce projet. Lister les contraintes va vous permettre de mieux les anticiper et de réfléchir à des solutions.

**Établir un budget prévisionnel**

Si vous vous lancez dans une activité de e-commerce, il vous sera indispensable d'établir un budget prévisionnel ! Un budget prévisionnel va vous permettre de lister l'ensemble des charges liées au projet et ainsi de déterminer l'investissement que vous allez devoir réaliser. Bien entendu, l'équipe Kardynal peut vous accompagner tout au long de cette démarche !

**Les résultats attendus**

Pour finir, on ne lance pas un projet si on n'attend pas de résultats derrière ! Quand on parle de résultats, on parle aussi de résultats sur le court et moyen terme ! Par exemple : À quoi doit ressembler votre boutique en ligne lorsqu'elle sera terminée ? Veillez à bien lister les différents résultats que vous attendez afin que le rendu de votre boutique en ligne corresponde bien à ce que vous aviez en tête au début. Mettre à plat tous les résultats que vous espérez vous permettra d'avoir un rendu final qui s'aligne le mieux avec vos attentes ! Ces étapes peuvent vous paraître évidentes, mais croyez-moi, "mettre sur papier" tout cela va largement vous aider à mieux comprendre et visualiser votre projet de e-commerce. Et puis, il faut bien commencer quelque part, alors autant commencer par le début !



## Étape 2 : Création de son site e-commerce

### Choisir ses prestataires

Une fois que vous avez bien défini et cadré votre projet, vient le moment de la réalisation ! Pour cela, vous pouvez réaliser votre site e-commerce vous-même, ou bien faire appel à des prestataires. La première option vous permettra de créer votre site de e-commerce à moindres coûts, cependant les résultats ne seront peut-être pas aussi avancés que si vous choisissez de faire appel à des spécialistes. Ce choix doit reposer sur ce que vous avez établi lors de l'étape de cadrage. Tout dépendra des fonctionnalités que vous souhaitez que votre site ait et de son niveau de technicité ! Sachez qu'il existe de nombreuses plateformes telles que Wix ou Shopify qui sont des outils permettant à tout le monde de créer son site de e-commerce. Ces plateformes sont très simples d'utilisation et accessibles à tous. Attention en revanche à bien vous renseigner au préalable. Chaque plateforme possède ses propres spécificités et son propre langage. Une fois votre choix fait, il sera difficile de revenir en arrière à moins de tout recommencer.



### La réalisation

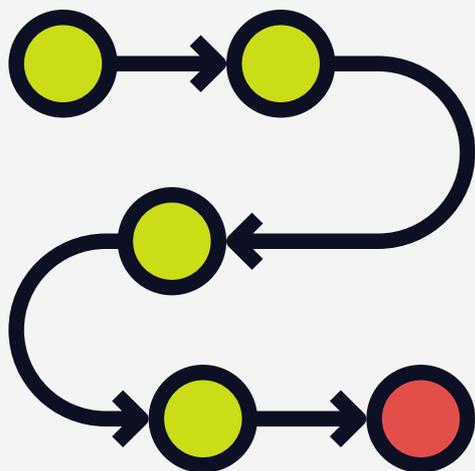
Une fois que vous avez choisi comment vous allez réaliser votre site de e-commerce vient l'étape de la réalisation. Si vous avez choisi de le réaliser vous-même, nous vous conseillons de bien vous familiariser avec la plateforme que vous avez choisie et de bien prendre connaissance des bonnes pratiques à mettre en place pour que votre site soit le mieux réussi possible. Si vous avez décidé de faire appel à des professionnels, dans ce cas vous allez pouvoir leur remettre la réalisation. Si vous avez bien cadré votre projet et bien défini vos attentes, le résultat de votre site de e-commerce sera celui que vous attendiez !

## Étape 3 : Création de votre catalogue produits

La réussite de votre site de e-commerce va grandement dépendre de la qualité de votre catalogue produit. C'est pourquoi vous allez devoir vous atteler à la définition de ce dernier. Si vous en avez déjà un pour votre boutique physique, sachez qu'il va falloir l'adapter pour le web ! En effet, il va falloir créer votre catalogue produit afin qu'il réponde aux bonnes pratiques du web pour que votre site de e-commerce génère les meilleurs résultats possible !



**Des descriptions de produits claires et complètes**



**Un processus d'achat simple**



**Mettre des images de bonnes qualités et sous différents angles**



**Bouton "ajouter au panier" bien mis en évidence**

## Étape 4 : Gestion de projet

Une fois votre site de e-commerce, cela ne s'arrête pas là. Il faut piloter la performance de ce dernier. Qu'est-ce que ça signifie ? Qu'il faut construire votre tableau de bord de gestion de votre site et effectuer régulièrement des reportings pour vous assurer que votre activité de e-commerce remplit les objectifs que vous vous êtes fixés.



Selon les objectifs que vous avez au préalable définis, vous allez pouvoir déterminer quels sont les indicateurs de performance qui sont importants pour vous. Vous allez ensuite pouvoir construire votre tableau de bord (sur Excel par exemple), avec les données qui vous intéressent. L'idéal est de reporter ces données de manière mensuelle et de les comparer à la période précédente afin de surveiller l'évolution de l'activité de votre site. Faire des reportings réguliers va également vous permettre d'adapter les actions nécessaires afin d'améliorer vos performances.!



Afin de récupérer les données de leur site de e-commerce, de nombreux entrepreneurs utilisent Google Analytics. Google Analytics est un service gratuit d'analyse des données de votre site de e-commerce qui vous permet d'accéder à un très grand nombre de données concernant votre activité, telles que le nombre de visiteurs, le nombre de transactions effectuées sur votre site. Si vous souhaitez vous lancer dans une activité de e-commerce, nous vous recommandons de vous familiariser avec cet outil. Il existe sur internet un très grand nombre de tutoriels et de vidéos à ce sujet sur internet, pour vous apprendre à prendre cet outil en main.



## Étape 5 : Promotion / Marketing

La promotion de votre site est une étape clef pour la réussite du lancement de votre activité en ligne. Si vous avez un joli site e-commerce fonctionnel, c'est bien. Mais s'il vous permet de réaliser des ventes, c'est encore mieux. Et pour cela il faut que votre site ait de la visibilité.

### Les réseaux sociaux

Vous avez déjà des réseaux sociaux pour promouvoir votre activité physique ? Si ce n'est pas le cas, il serait temps de vous y mettre ! Et si c'est déjà le cas, n'hésitez pas à utiliser vos réseaux sociaux pour communiquer sur le lancement de votre site de e-commerce auprès de votre communauté ! Les réseaux sociaux vont vous permettre de publier des contenus, comme des photos ou des vidéos, relatifs à votre activité, et d'interagir avec votre communauté.

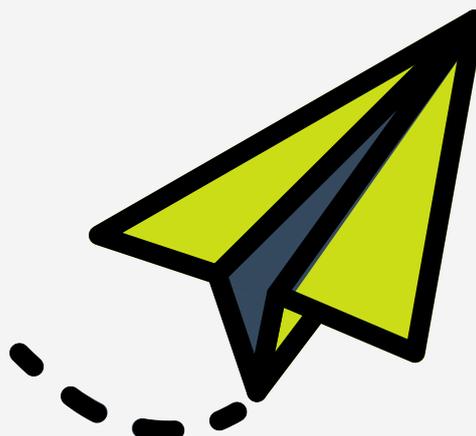
### Optimiser votre site

Pour que votre site soit visible, il est important qu'il réponde aux bonnes pratiques des moteurs de recherche. Pourquoi ? Car cela le rend plus visible ! Si votre site répond aux critères mis en avant par les moteurs de recherche, alors ces derniers le rendront plus visible aux yeux des utilisateurs ! C'est pour ça qu'il est important de prendre en compte ces bonnes pratiques dès la conception de votre site ! Il y a un conseil ultime que nous pouvons vous donner pour cette étape : faites du contenu de qualité ! C'est un des principaux critères pris en compte par Google aujourd'hui ! Sachez que Kardyal peut vous accompagner dans vos démarches promotionnelles. En effet, nous proposons une offre pour booster votre croissance digitale ! Alors n'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus.



### L'e-mailing

Mettre en place un outil d'e-mailing est un bon moyen de communiquer sur les actualités concernant votre activité. Et avec un site internet, c'est encore mieux ! En effet, votre e-mailing pourra à présent directement renvoyer vers votre site internet. Quoi de mieux pour le promouvoir ?



# Les autres solutions pour vendre en ligne

Avoir un site de e-commerce n'est pas la seule solution pour vendre en ligne. En effet, d'autres solutions peuvent parer à l'absence de site e-commerce pour un temps. Ces solutions peuvent vous permettre de débiter votre activité en ligne en attendant que vous soyez en capacité de lancer votre e-commerce.

## Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont un bon endroit pour vendre des produits en ligne. D'une part, ils vous permettent de promouvoir votre activité, et d'autre part, certains offrent des solutions de boutique en ligne. C'est notamment le cas de Facebook et d'Instagram. En effet, ces plateformes vous donnent la possibilité de vendre vos produits si vous disposez de comptes professionnels.



## Les marketplaces

Les marketplaces occupent une place très importante dans le secteur de l'e-commerce. Les marketplaces sont des plateformes en ligne auxquelles des vendeurs indépendants s'abonnent pour vendre leurs produits. Il existe des marketplaces généralistes comme Amazon ou Cdiscount, des marketplaces semi-généralistes comme la FNAC ou encore des plateformes spécialisées comme Etsy.



## Les sites d'annonces

Les sites d'annonces comme Ebay ou Leboncoin vous permettent d'être mis en relation avec une demande. Cela peut être un bon moyen de faire la promotion de vos produits si vous n'avez pas de site de e-commerce. Cependant, cela dépendra également de votre offre et de vos objectifs.

## Les solutions e-business

Il existe également des solutions de e-business complètes qui vous permettent de vendre vos produits sans avoir de site de e-commerce. Ces plateformes, comme Payfacile par exemple, vous permettent de créer des pages de paiement pour vos produits.