

GUIDE

E-COMMERCE 2013

V 1.0

SOMMAIRE

- 3. E-commerce : les chiffres clés de 2013
- 11. M-commerce : développeur d'affaires
- 15. Parcours du e-commerçant : et vous, où en êtes-vous ?
- 21. DediServices
 - L'agence
 - Solutions
 - Etude de cas
 - Ecommerce Land
- 30. Mémo du e-commerçant

E-COMMERCE

les chiffres clés de 2013

SOURCES :

Baromètre Fevad/Médiamétrie/NetRatings/GfK juin 2013

eMarketer.com

Usage des bons de réduction par les internautes CCM Benchmark & CPA Avril 2013

Etude sur le commerce électronique de CCM Benchmark, 1er trimestre 2013

E-commerce et réseaux sociaux mars 2013, Yuseo

Top 10 social des e-commerçants juin 2013, AntVoice

Etude européenne Tradedoubler - Forrester Consulting

Chiffres du Mobile

ComScore 2012

Une année dans la vie des e-commerçants, Webloyalty

EN FRANCE

où en est le e-commerce aujourd'hui ?



hausse des ventes sur Internet au 1er trimestre 2013



d'acheteurs satisfaits de leurs achats sur Internet au cours des 6 derniers mois

Le profil du e-consommateur



Coeur de cible CSP + de 25 à 34 ans

Les secteurs qui ont la cote

Au cours des 6 derniers mois, % des internautes

Voyage / Tourisme	59%	Univers de la maison	27%
Services	52%	Alimentation et PGC	21%
Produits culturels	51%	Electroménager	20%
Produits techniques	48%	Jeux et jouets	19%
Made / Habillement	39%	Equip. Sport	15%
Beauté / Santé	28%	Equip. Auto	14%

Les comportements d'achat



5,5 achats par trimestre par cyberacheteur en moyenne

Le consommateur est fortement sollicité... donc plus exigeant !



Les raisons de l'abandon du processus d'achat



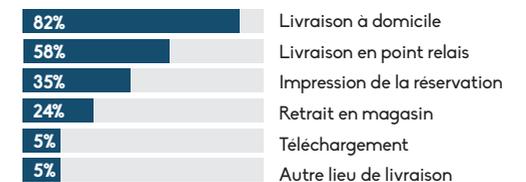
Les incitations à l'achat

1 Un déclencheur d'achat : le bon de réduction



2 Multiplier les modes de livraison

Modes de livraison choisis par les acheteurs



81%

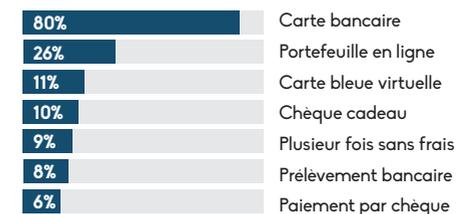
des utilisateurs estiment qu'un bon de réduction détermine le choix du marchand

69% des utilisateurs augmentent le nombre d'articles de leur panier pour pouvoir appliquer une réduction

68% achèteraient plus souvent s'ils disposaient de plus de bons de réduction

3 Diversifier les modes de paiement

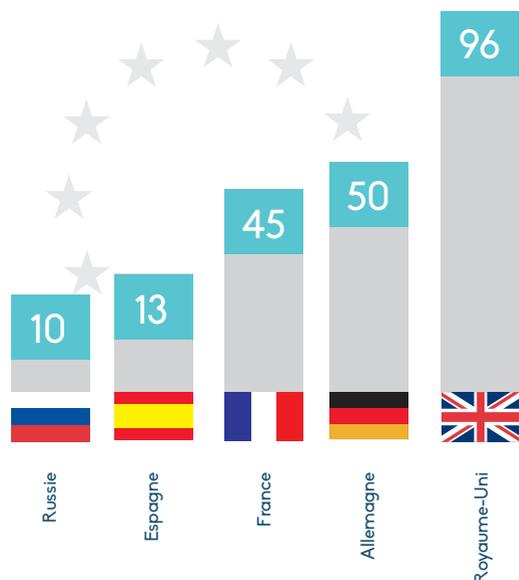
Les principaux services de paiement utilisés



EN EUROPE

Le Top 5 des pays européens

Total des ventes, en milliards d'euros



L'Allemagne, le Royaume-Uni et la France totalisent 61% du total des ventes e-commerce en Europe

En 2012, le chiffre d'affaires BtoC de l'e-commerce européen a été de

312 MILLIARDS euros



Part estimée du e-commerce dans le commerce de détail total européen

250 MILLIONS d'acheteurs en ligne



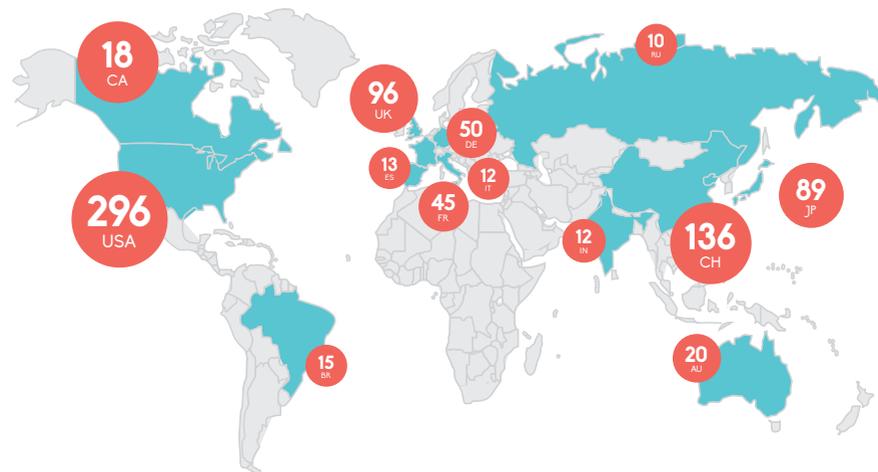
17 millions d'euros réalisés via m-commerce

3,5 MILLIARDS de colis par an

DANS LE MONDE

Le e-commerce à l'international

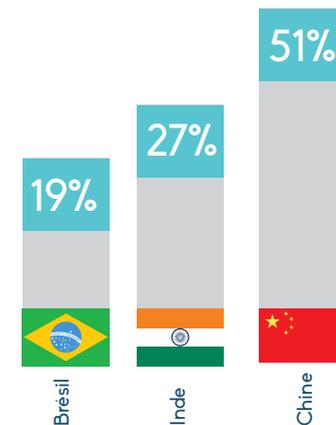
En milliards d'euros en 2013



LA FRANCE AU **6^e** RANG du commerce en ligne dans le monde



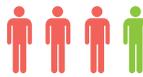
+ d'1 e-marchand français sur 2 est déjà présent à l'international et 14% en font le projet



Les marchés porteurs pour 2014, en % d'évolution des ventes

RÉSEAUX SOCIAUX

Le lien entre e-commerce et réseaux sociaux

 3 internautes sur 4 sont inscrits sur un réseau social

66% des internautes ont déjà contribué à des avis/note, recommandé ou partagé un produit ou service qu'ils ont achetés. + 5pts vs 2012.

34% des internautes trouvent les informations sur les réseaux sociaux de la marque/enseigne généralement utiles avant d'acheter

des internautes consultent les pages des marques sur les réseaux sociaux avant d'acheter

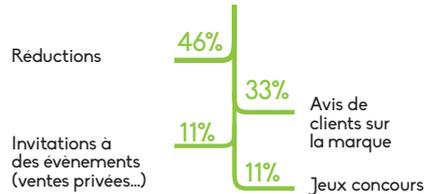
29%

23% des internautes sont vraiment influencés sur leurs achats par les avis des membres de leur réseau social

des internautes partagent leurs avis sur leurs achats auprès de leur réseau social

23%

Informations privilégiées



Top 3 social des e-commerçants



Classement basé sur les performances globales sur Facebook, YouTube, Twitter, Pinterest et Google+

L'essor des market places

+50%

Augmentation du total des ventes réalisées par les marchands tiers sur les places de marché entre les premiers trimestres 2012 et 2013

40%

de leurs produits sont vendus sur les market places pour les marchands ayant franchi le pas

12%

Cela représente 12% du volume d'affaires total des sites qui opèrent sur ces marketplaces

100%

...et 100% de leur rentabilité !

M-COMMERCE

où en est le m-commerce aujourd'hui ?

1 MILLIARD euros en 2012

Estimation des ventes sur l'Internet mobile, smartphones et tablettes, hors places de marché et téléchargements

→ **5** milliards d'euros estimés en 2015

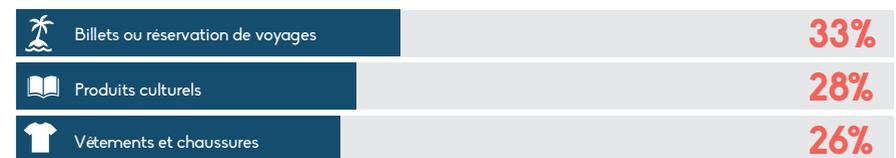
5,1 millions de tablettes achetées en France au 1er trimestre 2013

→ **+132%** par rapport aux ventes du 1er trimestre 2011

4,6 millions de français ont déjà acheté à partir de leur mobile soit plus de 14% des Français

72% des utilisateurs de smartphones se disent prêt à effectuer des m-paiements

Les produits les + achetés via mobile



10% des personnes possédant une tablette l'ont utilisée pour effectuer leur dernier achat sur Internet

7% c'est la part du CA réalisé par les sites d'e-commerce ayant optimisé leur présence sur mobile et tablette avec une progression de plus de 100% en 2012

3% des commandes effectuées sur Internet sont passées via mobiles ou tablettes

10% Plus de 10% pour les achats de billets de train ou de vêtements (notamment dans le cadre de ventes privées)

26% des internautes ont déclaré qu'ils utiliseraient leur appareil mobile plus fréquemment pour effectuer des achats si les sites Web étaient optimisés pour le faire.

M-COMMERCE

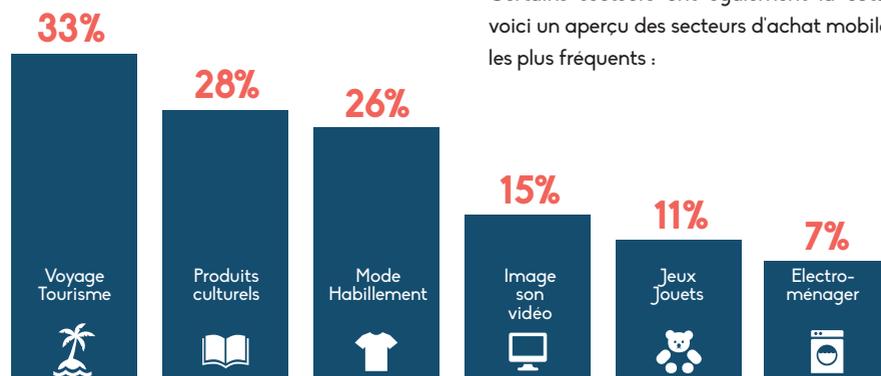
développeur d'affaires

M-COMMERCE : ALLEZ CHERCHER L'E-CONSOMMATEUR !

Premier enjeu de l'e-commerçant en 2013, le commerce sur mobile est une étape non négligeable lorsque vous voulez augmenter votre visibilité et optimiser votre stratégie multi-canal.

150 % DE CROISSANCE EN 2013

Avec une progression de plus 150 % en 2013, les m-commerçants réalisent aujourd'hui 7% de leur trafic via tablette et mobile. L'équipement des familles en smartphones et tablettes est présenté comme l'un des premiers facteurs de cette croissance.



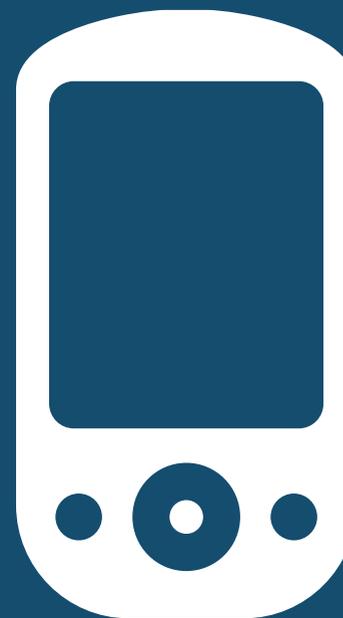
NÉCESSITÉ D'UNE STRATÉGIE MOBILE

L'existence d'une stratégie m-commerce permet aujourd'hui de différencier les divers acteurs du commerce mobile. Trop de sites e-commerce négligent aujourd'hui l'impact d'une présence mobile sur leurs ventes. Pourtant, chez les e-commerçants ayant optimisé leur présence mobile, le chiffre d'affaires semble progresser significativement et la croissance des ventes entre 2009 et 2016 indique 42 % par an. Prenez dès à présent de bonnes habitudes !

ÉMERGENCE D'UN M-CONSOMMATEUR

Privilegié des 18-25 ans, le m-commerce se développe aujourd'hui auprès d'une tranche de population plus large à savoir les 18-40 ans, homme et femme confondus.

Certains secteurs ont également la côte, voici un aperçu des secteurs d'achat mobile les plus fréquents :

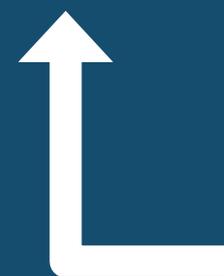


ÉVOLUTION DES OUTILS ET SERVICES

En 2014, le cabinet d'études Gartner prévoit que 40 % des connexions en France se feront depuis mobile. M-paiement, m-comparateurs, m-market place, vos outils e-commerce évoluent déjà ! Et vous quand souhaitez-vous vous mettre à la page ?

EXAMINER SON POTENTIEL

Ergonomie, webdesign, optimisation du tunnel de conversion, l'expérience utilisateur est au coeur d'une bonne stratégie m-commerce. Dès à présent, identifiez vos points forts et points faibles sur le marché du m-commerce, nous vous conseillons dans la mise en place de votre stratégie mobile !



ET VOUS,

où en êtes-vous ?



eCOMMERCELAND

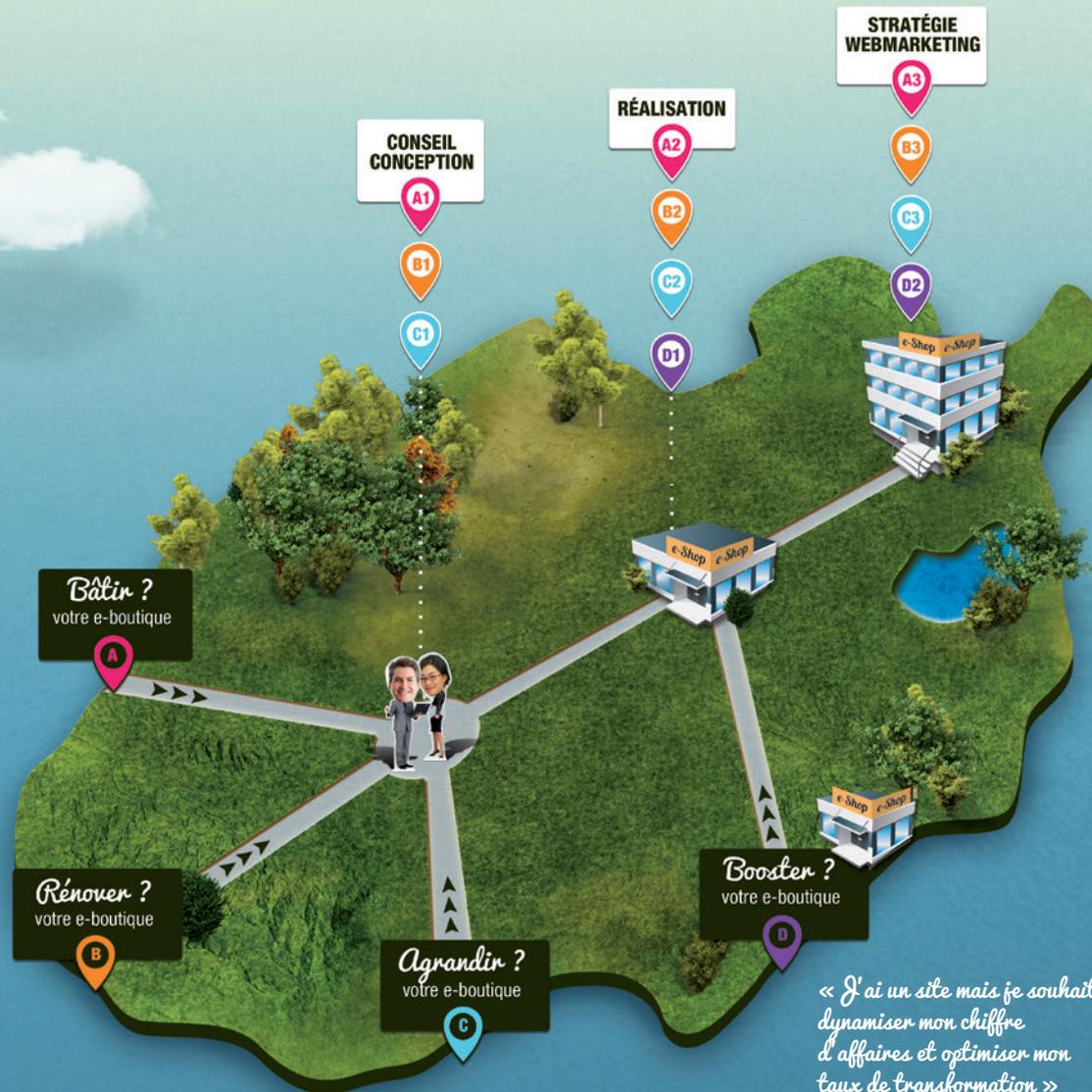
Allez plus loin dans votre parcours
d'e-commerçant

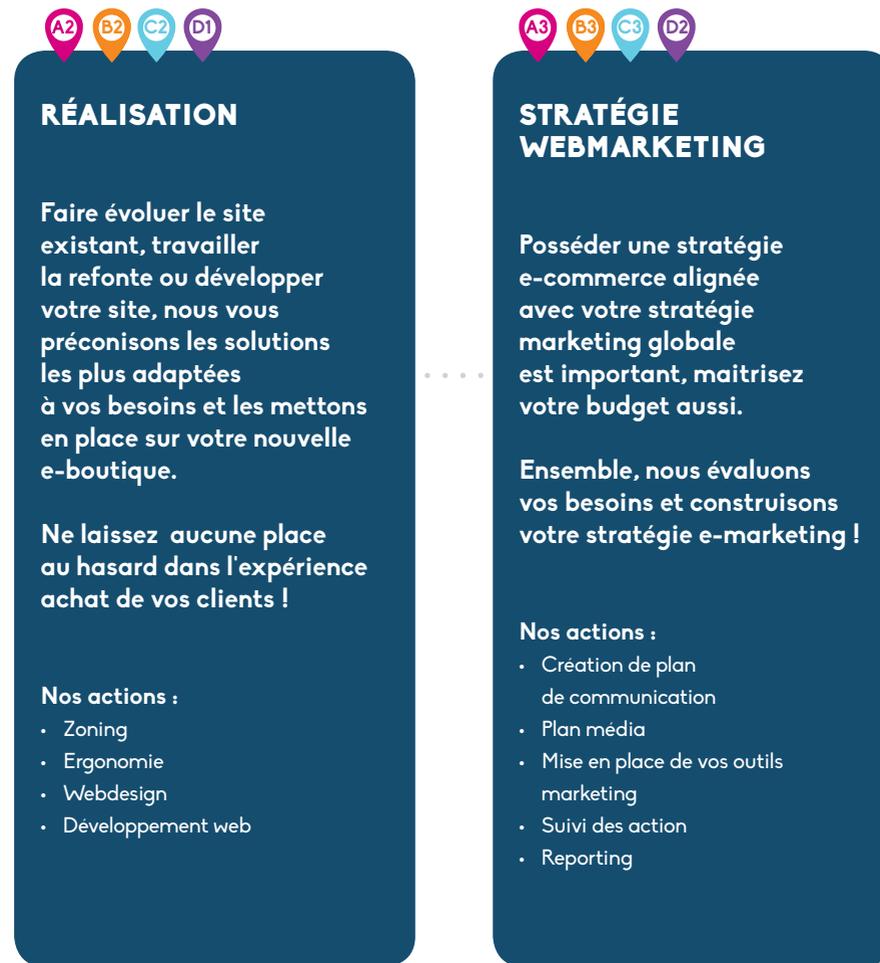
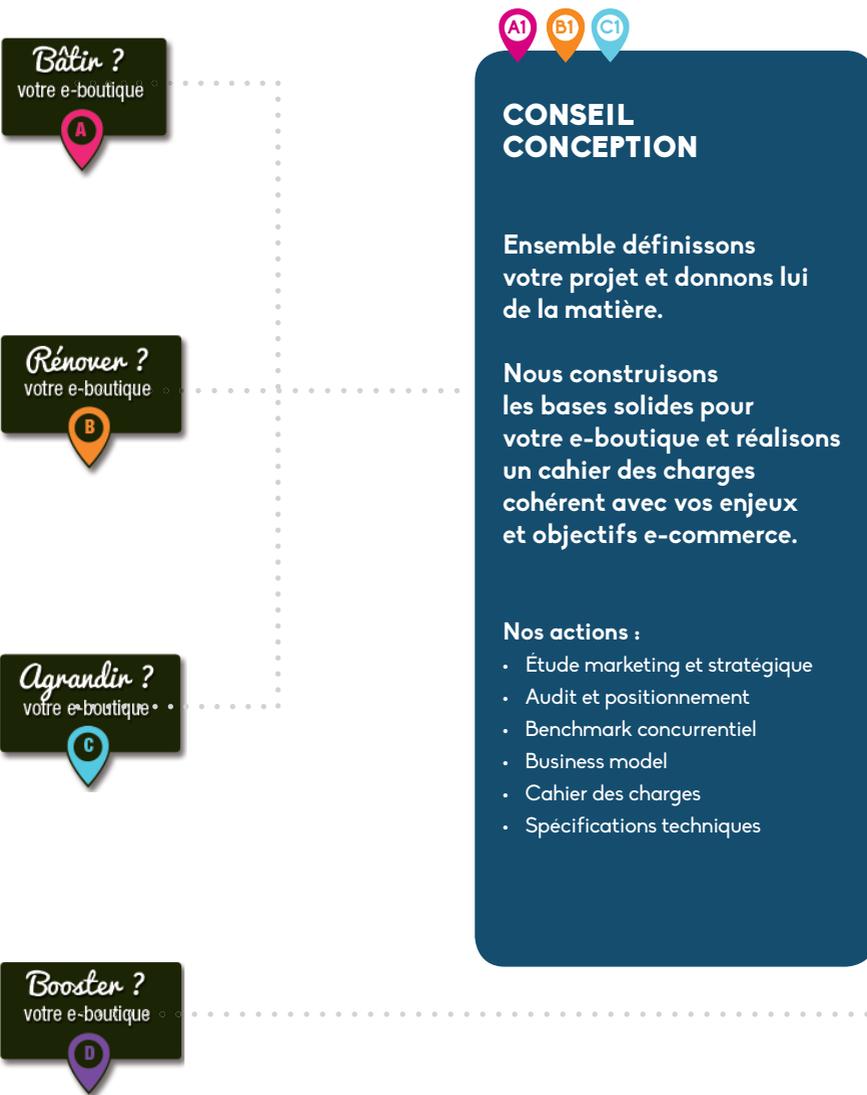
*« J'ai un projet
e-commerce avec ou sans
cahier des charges »*

*« Mon site e-commerce
ne correspond plus à mes
ambitions, je souhaite le
refondre »*

*« J'ai un projet... et même un
site ! Aujourd'hui, je souhaite
faire évoluer mon outil »*

*« J'ai un site mais je souhaite
dynamiser mon chiffre
d'affaires et optimiser mon
taux de transformation »*





DEDISERVICES

L'AGENCE

LE QUOTIDIEN À L'AGENCE

Créée en 2004 par Maxime Palluy et Florian Hamzj, DediServices est une agence web spécialisée en e-commerce, m-commerce et sites web à valeur ajoutée. Située à Lyon, l'agence entretient depuis 9 ans une relation privilégiée avec ses clients. Au quotidien, DediServices met en places des stratégies e-commerce sur-mesure afin d'amener ses clients à la pointe de leur secteur d'activité. L'agence vous accompagne dans la conception de votre site, en apportant une

vision à la fois technique et stratégique vous permettant d'intégrer dès le départ les bonnes pratiques e-commerce : positionnement marketing, ergonomie, e-merchandising et leviers de vente. Une fois le site réalisé, le pôle web marketing prend le relais pour guider ou gérer vos campagnes web marketing, le tout dans le respect de votre ADN de marque. Au final, vous n'avez plus qu'à vous consacrer à votre activité de commerçant !

Ce que nous adorons ?

"Optimiser les tunnels de conversion aux petits oignons"

"Mener les e-commerçants à la pointe de leur secteur"

"Les idées créatives qui pétillent sous la souris"



PÔLE
Relation client
& Commercial

PÔLE
Webdesign
& Ergonomie

PÔLE
Gestion de projet
& Management

PÔLE
Développement
web & mobile

PÔLE
Formation

PÔLE
Web Marketing &
Communication

SOLUTIONS



QU'EST-CE QUE PRESTASHOP ?

Prestashop est une solution open-source dédiée au e-commerce. Prestashop est aujourd'hui une référence dans le secteur du e-commerce et intègre désormais la plupart des services web essentiels au développement de votre activité : gestionnaire de Market Place, comparateur de prix, etc. Vous souhaitez lancer un site marchand avec un petit catalogue optimisé pour la vente ?

Prestashop est la solution idéale pour débiter votre activité d'e-commerçant !

POURQUOI PRESTASHOP ?

- Solution Open Source & évolutive
- Utilisée par 150 000 boutiques dans le monde
- Utilisée dans 150 pays et traduite dans 56 langues
- Fonctionnalités e-commerce de base intégrées

Vous débutez en e-commerce ?

Optez pour une solution de démarrage simple et efficace !

Commerce

- ✓ Paniers enregistrés avec un délai d'expiration
- ✓ Remises sur les frais de port
- ✓ Paiement par carte de crédit, chèque, virement bancaire, et plus (illimité)
- ✓ Export de votre catalogue produits sur les comparateurs et les market places
- ✓ Ventes croisées
- ✓ Comparateur de produits
- ✓ Navigation à facettes performante
- ✓ Ajout à la liste de souhaits
- ✓ Animation site

Marketing

- ✓ Règles de prix panier
- ✓ Règles de prix catalogue
- ✓ Suivi automatisé par emails
- ✓ Abonnement aux newsletters
- ✓ Programme de fidélisation
- ✓ Programme de parrainage
- ✓ Coupons/bons de réduction
- ✓ Produits consultés récemment
- ✓ Avis sur les produits
- ✓ Envoi à un ami

Technique

- ✓ Optimisation moteurs de recherche
- ✓ Personnalisation des URL
- ✓ Métas-informations pour les produits et les catégories
- ✓ Fichier Google Site Map généré automatiquement
- ✓ URL dédiée à chaque produit et prévention contre un contenu dupliqué
- ✓ Balises pour chaque produit
- ✓ Traductions du site
- ✓ Mobilité

SOLUTIONS



QU'EST-CE QUE SHOP by DEDI ?

SHOP by DEDI est une solution e-commerce développée par DediServices et optimisée depuis 8 ans par une équipe de développeurs spécialisés en e-commerce. En plus des leviers de vente intégrés dans les solutions e-commerce génériques, SHOP by DEDI intègre une ergonomie et un design personnalisé ainsi que des développements spécifiques en fonction de vos besoins, qu'il s'agisse de gestion back office ou d'optimisation du tunnel de transformation en front office.

N'attendez plus pour agir sur le comportement d'achat !

POURQUOI SHOP by DEDI ?

- Solution propriétaire
- Compatible avec les principaux services web
- Temps de chargement optimisés
- Back office personnalisé en fonction de vos ressources
- Développement spécifique en fonction de vos objectifs

*Votre projet nécessite une attention particulière ?
Optez pour une solution sur-mesure adaptée à vos besoins et optimisée en fonction de vos enjeux commerciaux !*

Commerce

Marketing

Technique



Une offre sur mesure !

- ✓ Optimisation du tunnel de conversion
- ✓ Web design spécifique
- ✓ Développement sur mesure en fonction de votre positionnement et de vos besoins particuliers
- ✓ Back Office personnalisé selon vos besoins et ressources
- ✓ Conseils en stratégie web marketing
- ✓ Offre mobile sur-mesure grâce à la m-commerce Toolbox DediServices

ETUDES DE CAS

RUE DES HOMMES www.ruedeshommes.com



Besoin client : Client de l'agence depuis 2005. Ruedeshommes nous a confié la création puis l'optimisation de son site internet.

Réponse DediServices : Au programme, la réalisation d'une solution e-commerce composée d'un site vitrine de présentation produits et des bonnes pratiques e-commerce : caddie virtuel, gestion des coups de cœur, meilleures ventes, promotions, gestion des parrainages, paiement sécurisé, etc. En parallèle, nous avons également mis en place un moteur de recherche multicritères afin d'optimiser le référencement naturel.

Autant de fonctionnalités gérables directement par l'e-commerçant depuis un back office personnalisé : gammes, catégories, articles, clients, commandes, coups de cœur, top des ventes, promotions, modes de livraison. Le backoffice inclut également un module de statistiques permettant d'obtenir des données comme le CA classé par catégories de produits d'une date à une autre.

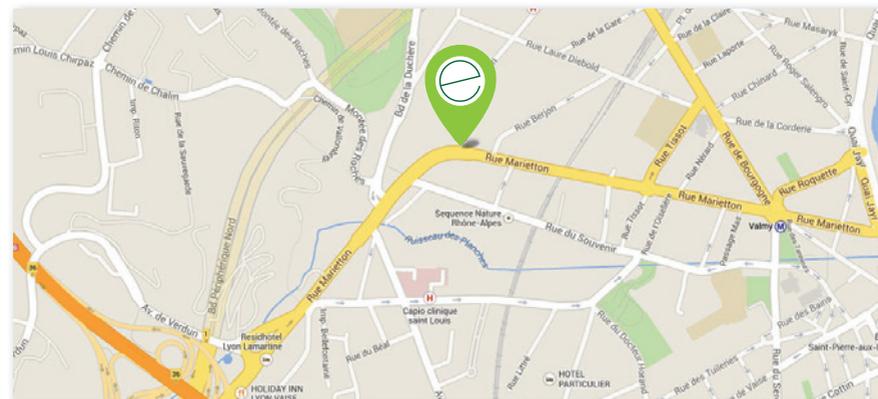
COROLLE www.corolle.com



Besoin client : Corolle nous a confié la création de son e-commerce global reprenant toute son offre allant des nourrissons aux filles de 8 ans et plus.

Réponse DediServices : L'enjeu principal de cette refonte a été de conserver les services spécifiques proposés par la marque à ses clients tout en optimisant leur fonctionnement sur le web (Sos baby Corolle, Clinique Corolle, etc.) et en intégrant les nouveaux produits (Kinra Girls) dans le global store. Techniquement, DediServices a procédé à l'intégration complète de la gestion logistique ainsi qu'à l'intégration de fonctionnalités marketing et SEO avancées, correspondant aux nouveaux besoins de la marque. Enfin, nous avons intégré la stratégie de développement commercial de Corolle en mettant en place un système de Store Locator, permettant de trouver le magasin le plus proche. Le backoffice intègre aussi un système de gestion d'export à l'international (prix et taux de TVA par pays, etc.).

ECOMMERCE LAND



ECOMMERCE LAND

Ecommerce Land est un pôle d'entreprises dédiées au e-commerce.

Ensemble, nous proposons à nos clients des solutions performantes et adaptées à leurs besoin d'e-commerçants.

Au quotidien retrouvez à E-commerce Land des entreprises spécialisées en E-commerce et Webmarketing !



37 Rue Saint Simon
69 009 Lyon

Pour nous contacter :
Tél : 04 72 87 07 54
Mail : contact@dediservices.com

www.dediservices.com
www.teknao.com

Mémo du e-commerçant

Une année dans la vie de votre business



Janvier

Soldes d'hiver :
1ère période la +
importante de l'année.



Fevrier

Les e-fleuristes réalisent
17% de leur CA online
avant la Saint-Valentin.

Mars

28% en moyenne, c'est
le CA online réalisé par les
acteurs du bricolage et du
jardin ce mois-ci.

Avril

Ce mois-ci représente
en moyenne **16 %**
du CA online des
e-commerçants
du secteur automobile.

Mai

17% en moyenne, c'est
le CA online réalisé par les
e-fleuristes pour
la Fête des Mères.



Juin

Les soldes d'été
représentent la **3ème**
période la plus importante
de l'année en volume
de transactions.

Juillet

Les soldes d'été
représentent **10 %**
du volume total
des transactions de
l'année.

Août

Mois le + faible :
transactions
< 20% par
rapport à la
moyenne annuelle.

Septembre

Pic des transactions à
la veille de la rentrée des
classes pour le secteur
du voyage.



Octobre

Les semaines
avant Halloween
représentent **37%**
du CA du secteur du
déguisement.

Novembre

Les cyber-acheteurs
préparent Noël dès le
25 novembre sur
les boutiques en ligne.

Décembre

La période de Noël
représente la **2ème**
période la plus
importante de l'année.

Vous souhaitez commencer ou faire évoluer votre activité d'e-commerçant ? Ce guide est fait pour vous aider à faire le point sur votre projet e-commerce ou votre activité d'e-commerçant. Actualités du e-commerce, comportements de l'e-consommateur, les tendances du e-commerce en 2013 vous guideront vers les meilleures pratiques marchandes. Que vous démarriez votre commerce en ligne ou souhaitiez optimiser votre chiffre d'affaires, vous trouverez dans ces pages les pistes de réflexions et leviers stratégiques nécessaires pour découvrir votre potentiel et booster votre activité !

