

# GUIDE

## E-COMMERCE 2014

V 1.1

# SOMMAIRE

- 3. E-commerce : les tendances clés de 2014
- 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

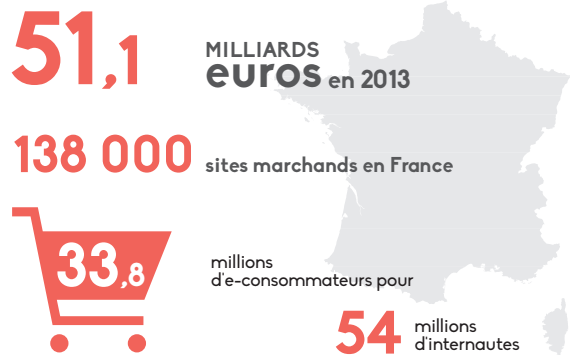
## les tendance clés de 2014

SOURCES :

*Bilan du e-commerce 2013 & Prévisions 2014, Fevad  
Social, Digital & Mobile Around The World (January 2014), We Are Social, Singapour  
Le marché italien, une opportunité réelle pour les e-commerçants français, Journal du Net  
Who's driving shopping traffic for retail sites, RichRelevance  
Le mobile shopping en Europe, RetailMeNot  
CCM Benchmark/Xerfi/Marketing Mobile Association France  
/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*

# EN FRANCE

## où en est le e-commerce aujourd'hui ?

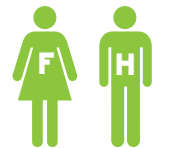
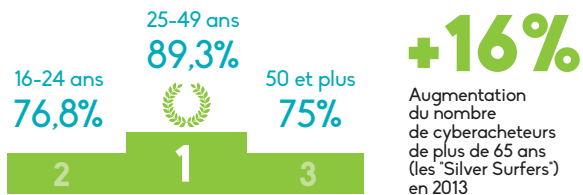


hausse des ventes sur Internet en 2013



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 côte

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

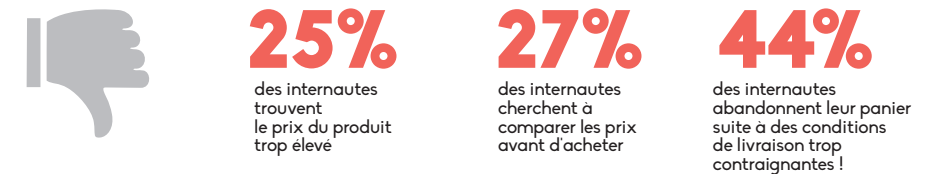


**5,5** achats par trimestre par cyberacheteur en moyenne

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

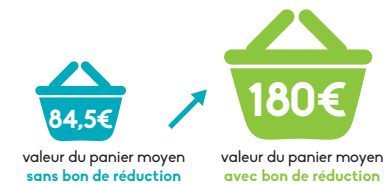


Les raisons de l'abandon du processus d'achat

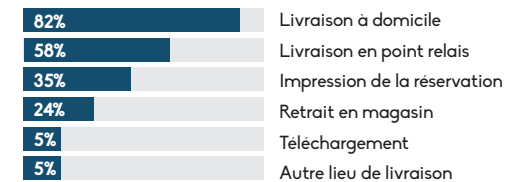


## Les incitations à l'achat

1 Un déclencheur d'achat : le bon de réduction



2 Multiplier les modes de livraison  
Modes de livraison choisis par les acheteurs

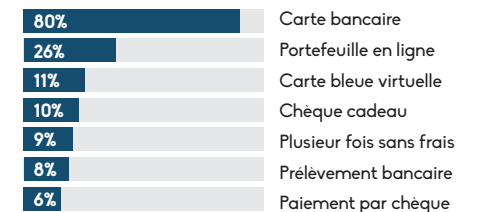


81% des utilisateurs estiment qu'un bon de réduction détermine le choix du marchand

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

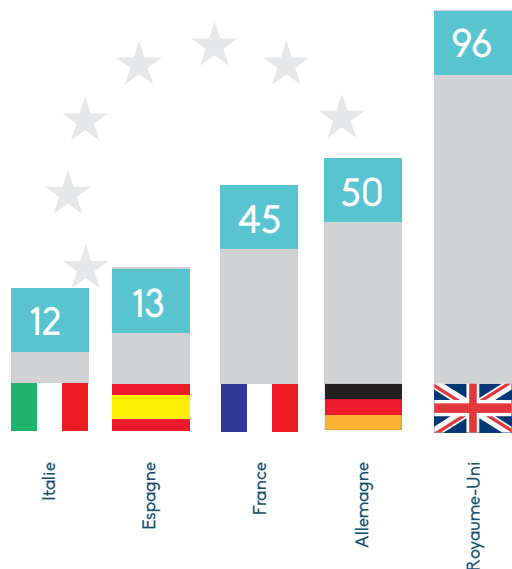
3 Diversifier les modes de paiement  
Les principaux services de paiement utilisés



## 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 2013, le chiffre d'affaires BtoC de l'e-commerce européen a été de

**359** MILLIARDS euros

Commerce de détail européen

5%

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

**204** MILLIONS d'acheteurs en ligne

5,5%



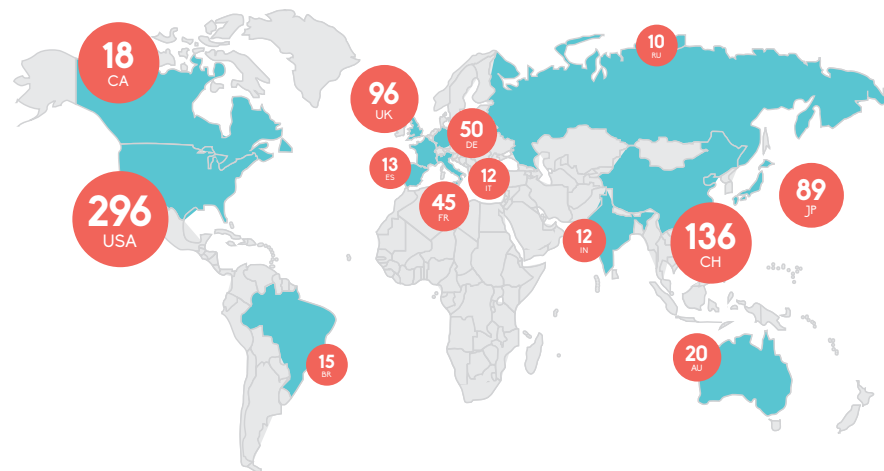
17 millions d'euros réalisés via m-commerce

**3,5** MILLIARDS de colis par an

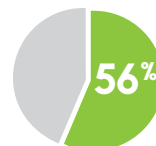
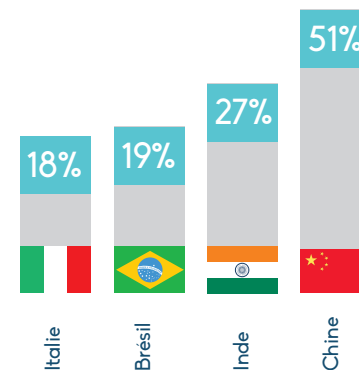
## DANS LE MONDE

### Le e-commerce à l'international

En milliards d'euros en 2013



LA FRANCE AU **6<sup>e</sup>** 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



**facebook** Réseau social qui génère le plus de trafic vers les sites e-commerce



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



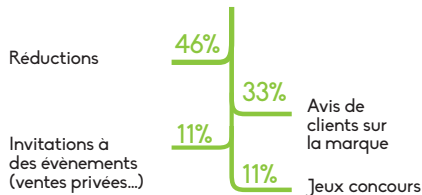
23% des internautes sont vraiment influencés sur leurs achats par les avis des membres de leur réseau social

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



66% des internautes ont déjà contribué à des avis/notes, recommandé ou partagé sur des produits ou services qu'ils ont achetés

### Informations privilégiées



### Top 3 social des e-commerçants

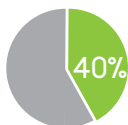


Classement basé sur les performances globales sur Facebook, YouTube, Twitter, Pinterest et Google+

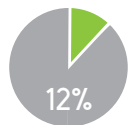
## L'essor des market places



Augmentation du total des ventes réalisées par les marchands tiers sur les places de marché au 4ème trimestre 2013



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



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



...et 100% de leur rentabilité !

# M-COMMERCE

## où en est le m-commerce aujourd'hui ?

5,9 MILLIARD euros Ventes sur l'Internet mobile, smartphones et tablettes en 2013

13,4 milliards d'euros estimés en 2015

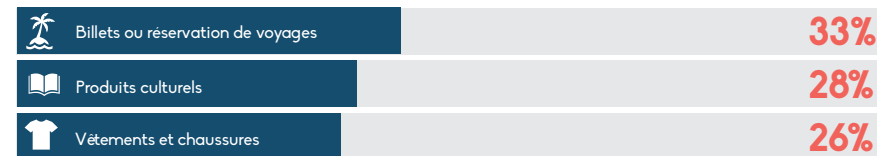
23,8 millions de possesseurs de smartphones en France en 2013

5,1 millions de tablettes achetées en France en 2013

71% des mobinautes utilisant leur smartphone ont déjà effectué au moins 1 achat en ligne

+127% de croissance des ventes sur mobile d'ici 3 ans

### Les produits les + achetés via mobile



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

11% c'est la part du CA réalisé par les sites d'e-commerce ayant optimisé leur présence sur mobile et tablette

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**

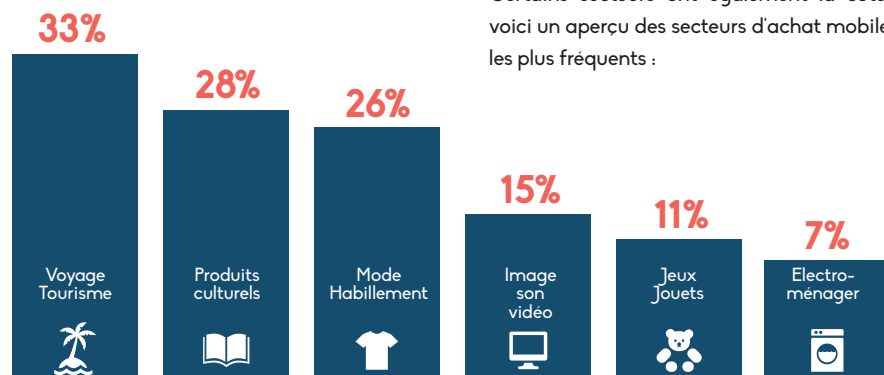
développeur d'affaires

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

Premier enjeu de l'e-commerçant en 2014, le commerce sur mobile est une étape non négligeable lorsque vous souhaitez 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

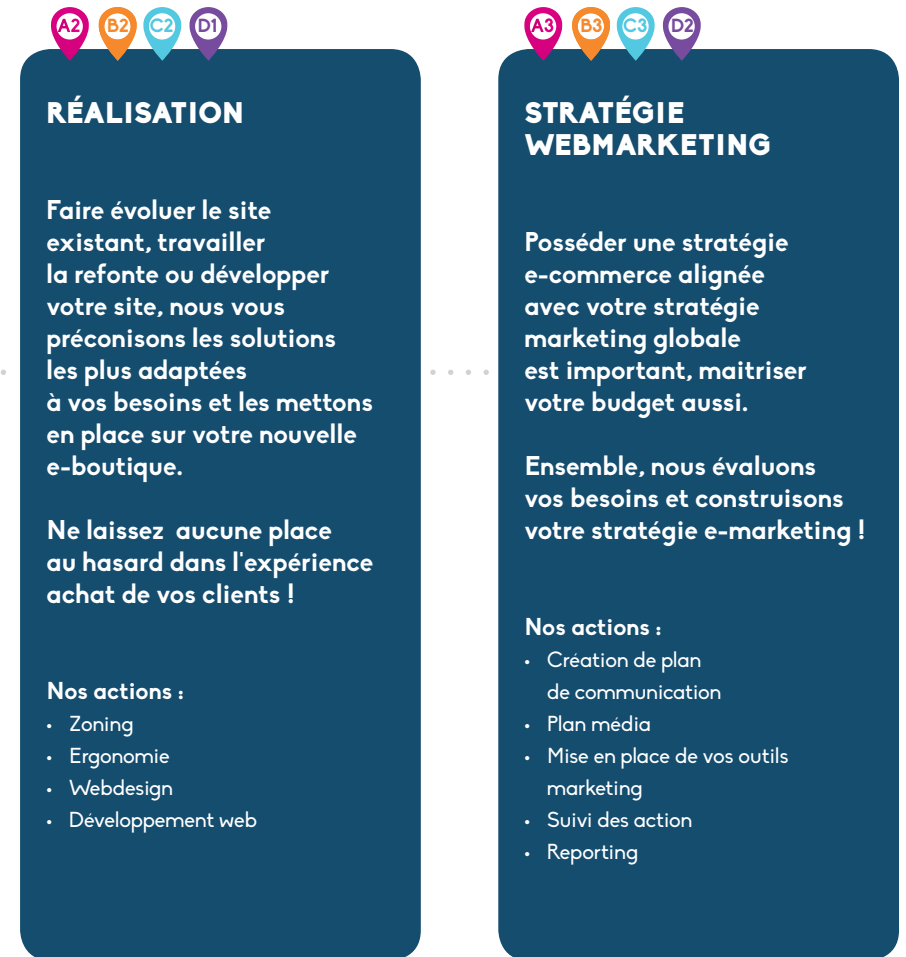
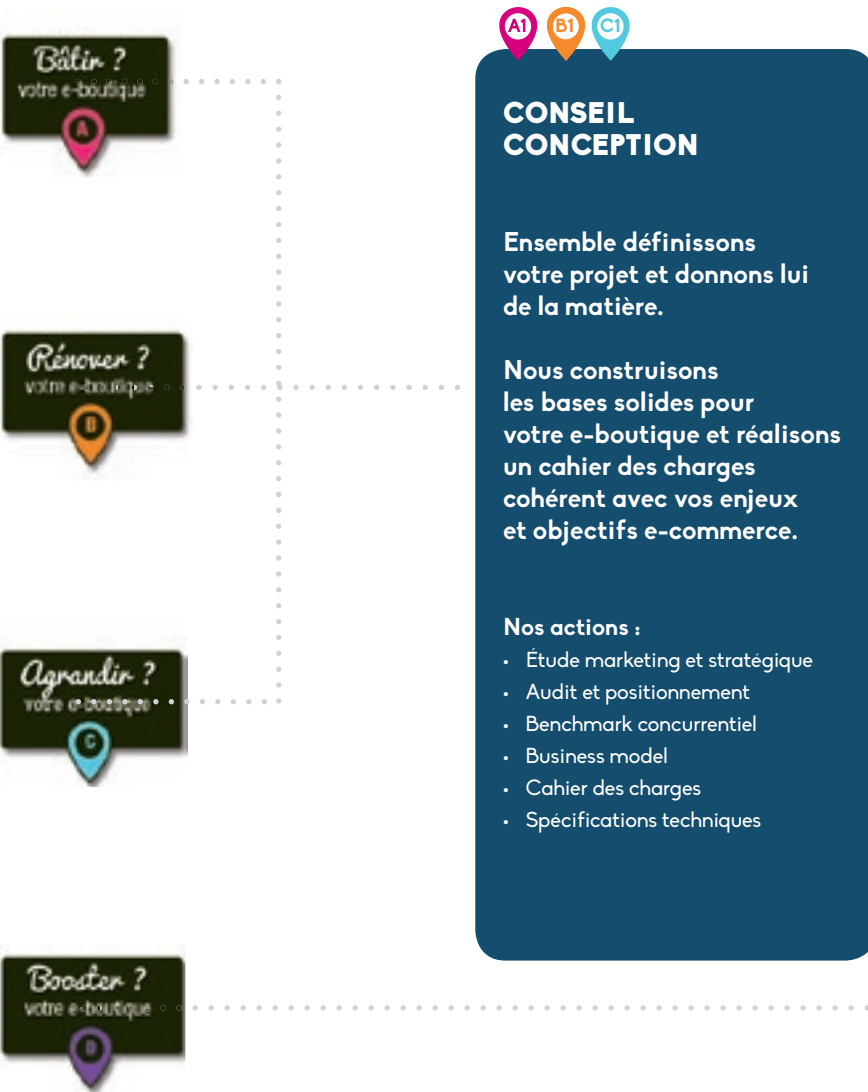
*« J'ai un projet  
e-commerce avec ou sans  
cahier des charges »*

*« 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.

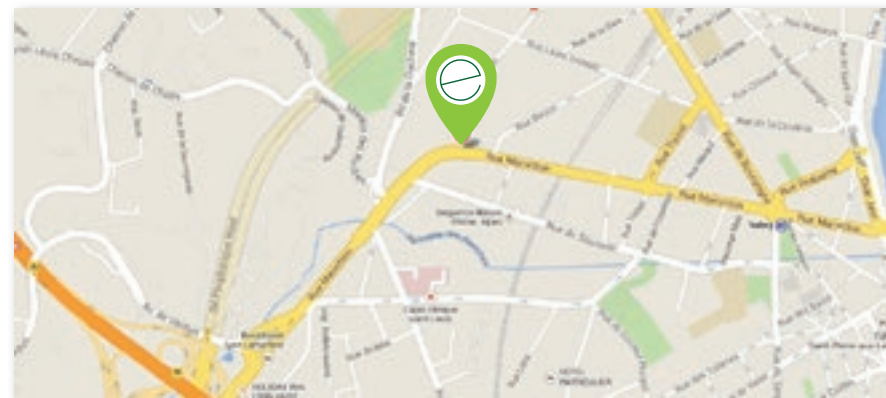
### COROLLE www.corolle.com



**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



**E**COMMERCE 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 Ecommerce Land des entreprises spécialisées en E-commerce et Webmarketing !

**DediServices**  
vos experts e-commerce

**teknao**  
digital living

37 Rue Saint Simon  
69 009 Lyon

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

[www.dediservices.com](http://www.dediservices.com)  
[www.teknao.com](http://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.



Février

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 2014 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 !

