

Vendre sur Internet TPE, PME - Les produits qui cartonnent en e-commerce

Il est sidérant de voir que nos voisins anglais et allemand ont respectivement construit 5 à 10 fois plus de boutiques qu'en France. Bien des commerçants doutent encore sur le choix des produits à mettre en avant et hésitent à se lancer alors que le retard va rapidement être comblé et que le potentiel ne demande qu'à être exploité. Pour bien cadrer et s'assurer du bien fondé de votre portefeuille produit voici quelques conseils :

1. Choisissez votre stratégie
2. Identifiez des produits qui sont susceptibles de trouver des acheteurs en ligne
3. Gardez l'œil sur vos concurrents
4. Créez votre boutique test

1. Choisissez votre stratégie, deux options s'offrent à vous :

Stratégie 1. Vendre un produit inédit que vous êtes seul ou presque seul à vendre.

Voici quelques exemples basés sur des marchands réels :

Vous êtes fabricant/inventeur, vous vendez des capots de 2CV

Artisan/artiste : poterie ou fer forgé création personnelle

Importateur : matériel de sécurité pour motard

Plus un produit est rare plus le nombre de personnes qui recherche ce produit sur Internet a des chances d'être élevé. Cette stratégie s'applique également à des produits disponibles sur des marchés étrangers mais pas encore commercialisés en France. Sachez que le produit n'a pas nécessairement à être nouveau, le simple fait qu'il n'ait encore jamais été proposé sur la toile ou conditionné spécialement sur Internet car distribué confidentiellement sur des canaux hyper spécialisés peut représenter une réelle opportunité.

Avantages : Vous bénéficiez d'absence de concurrents directs et vous pouvez dans bien des cas appliquer une politique de prix élevés car vos produits sont rares.

Stratégie 2. Vendre des produits dont le marché existe déjà.

Cette solution peut vous paraître beaucoup plus facile d'emblée car sur un marché existant vos prédécesseurs ont déjà investi du temps et de l'argent pour préparer les consommateurs au produit et ont assuré sa notoriété. Mais cela rend la compétition encore plus difficile du fait du nombre de sites proposant le même article. Dans le cadre de cette stratégie la différence se fera bien souvent par le prix le plus attractif et votre budget communication.

2. Identifier les produits qui se vendent en ligne et essayer....

Il existe quelques techniques simples pour commencer à se faire une idée :

Avant tout voici un conseil qui vaut de l'or : Concentrez vous sur des domaines qui vous passionnent. Orientez vos recherches à ce domaine ? comme vous d'autres passionnés doivent rechercher des produits très pointus qui ne sont pas disponibles au coin de la rue dans le cadre de leurs activités sportives, leurs hobbies ou dans leurs activités professionnelles. Internet à l'avantage de s'adresser à des régions commercialement plus isolées sur le territoire. Il existe bien des départements en France ou toutes les enseignes de franchise, ou magasins spécialisés que l'on trouve

habituellement dans les grandes villes ne sont pas représentés.

La presse spécialisée :

Rendez-vous dans un kiosque à journaux et consultez des revues, magazines concernant votre secteur, regardez les publicités, les articles, les nouveautés produit, la presse spécialisée en regorge.

Utilisez les campagnes adwords et Google comme indicateur :

Faites un test, saisissez un nom de produit que vous trouvez intéressant dans le moteur de recherche tel que Google. Regardez combien de fournisseurs ont mis en place des campagnes adwords pour cette requête (liens publicitaires payants en haut à droite) plus il y en a, plus rude sera la concurrence mais cela signifie également qu'une vraie demande existe. Si vous ne trouvez pas de liens sponsorisés, vous venez peut être de découvrir un produit qui n'a pas été exploité sur le net, vous êtes le premier ! Le service Google Trends vous permet de découvrir ce qui intéresse le plus les internautes. Il suffit de taper un mot-clé et Google affiche un histogramme de la fréquence à laquelle ce terme a été tapé dans son moteur de recherche, ainsi que les différentes informations sur le pays ou la ville où le mot est le plus souvent recherché. Tapez le nom du produit que vous voulez vendre et découvrez la demande pour ce produit dans le pays qui vous intéresse.

Vérifiez la demande en ligne instantanément :

Pour cela rendez vous sur Ebay, tapez le nom de produit, regardez si il suscite de l'intérêt de la part des internautes (compteur de visite, nombre d'enchères ? nombre d'évaluation des vendeurs ? sont-ils devenus des powersellers ?).

3. Garder l'oeil sur vos concurrents

Que font vos concurrents ? Quelles sont leurs stratégies marketing, leur politique tarifaire ? Identifiez les sites de vos concurrents, vérifiez le page rank (PR) inscrivez vous à leurs newsletters. Soumettez leurs URL à Alexa. C'est un outil d'analyse puissant qui permet d'avoir une idée sur le trafic qu'ils génèrent.

Lancez-vous !

Un des plus gros avantages de la vente sur le net réside dans le fait que cela nécessite que très peu d'investissement financier et quelques heures pour monter sa boutique. Nul besoin de proposer une vaste gamme d'articles qui ne seront demandés qu'occasionnellement. Proposez les 20% de produits qui sont susceptible de générer 80 % de votre chiffre d'affaires pour démarrer.

Mon conseil: Un hébergement et un nom de domaine peuvent être enregistrés sur www.ovh.fr pour moins de 50 euros. Un excellent logiciel de création de boutiques en ligne : www.shopfactory.fr. Une solution complète d'e-commerce, sans abonnement. Une fois votre site web créé, soumettez manuellement votre site à Google, Yahoo et MSN.

Posez-vous les bonnes questions : Que cherchent les gens sur Internet et pourquoi ils utilisent ce canal ?

Internet c'est une solution de facilité : il ne faut pas se déplacer, on peut comparer les prix en quelques clics et être livré chez soi. Etant donné que les internautes utilisent ce canal pour se renseigner, donnez des infos, décrivez et argumentez. Le mythe du « moins cher sur le net » tend à s'estomper, pour laisser place à plus de valeurs ajoutées. Précisez clairement le prix du transport et la disponibilité de vos articles pour que le client puisse s'en rendre compte. Assurez vous d'avoir le bon fournisseur, rassurez les clients sur les transactions sécurisés et proposez des remises limitées dans le temps et en nombre.

Au sujet de l'auteur

Adina EDME

Source: <http://www.webmaster-gratuit.com>