

Le e-commerce vous intéresse ?

➤ Ce qu'il faut savoir sur ce nouveau marché :

Le développement d'internet et des nouvelles technologies ont fait émerger une nouvelle façon de consommer qui peut constituer une réelle opportunité commerciale pour vendre individuellement ou collectivement vos produits.

Quelques chiffres :

- 18 % des consommateurs en France achètent sur internet, dont 11 % en drive.
- Ce marché est en progression depuis 5 ans et devrait représenter 6 % de parts de marché en 2015.
- Il existe plus de 100 000 sites marchands actifs.
- 75 % des e-commerçants possédant des boutiques augmentent leurs ventes hors ligne.

Attention : ce mode de commercialisation est très exigeant et soumis à une forte concurrence, d'où l'importance d'avoir bien réfléchi sa stratégie avant de se lancer.



➤ Grâce au e-commerce vous pouvez :

- Fidéliser vos clients en leur proposant un **nouveau service accessible 24h/24**.
- **Optimiser votre système de commandes** en automatisant la gestion des stocks, des commandes et des livraisons.
- Développer une **nouvelle clientèle** plus jeune ou en manque de temps.
- **Elargir** votre zone de commercialisation.

➤ Les clés de réussite :

• Amener un réel service :

- Faire gagner du temps aux clients grâce à une logistique opérationnelle et rapide au moment de la commande, du paiement et du retrait.
- Avoir une gamme diversifiée et la faire évoluer régulièrement.
- Adapter le packaging pour favoriser le transport, y compris sur de longues distances.

• Faire connaître le site :

- Etre bien référencé sur des produits phare par mots clés et en créant des liens avec d'autres sites.
- Communiquer auprès des clients potentiels de façon traditionnelle, par e-mailing et via les réseaux sociaux.

• Convertir les visiteurs en acheteurs :

- Avoir un site accueillant, simple d'utilisation et sécurisé notamment au niveau du graphisme, de la navigation, du moteur de recherche et des informations sur les produits et les prix.
- Satisfaire l'ensemble des visiteurs en rendant le site utilisable sur ordinateur, tablette, mobile et en proposant différents modes de livraison et de paiement.
- Mettre à jour et animer le site avec des nouveautés, des ventes croisées, des promotions, des conseils, des recettes, des actualités,...

• Fidéliser les clients :

- Faire le suivi des commandes, informer régulièrement, proposer de nouvelles commandes et offrir des promotions.
- Maintenir un lien de proximité via des dégustations, des visites de l'exploitation, des invitations sur des marchés ou des foires,...

• Analyser les ventes, les fréquences d'achat et les abandons pour adapter l'offre et le site.

Les questions à se poser :

- Quel est mon marché ? Qui seront **mes clients** ? Quelles seront leurs attentes ? Qui sont **mes concurrents** ?
- Où se trouvent **les points de livraison** qui intéresseront ces futurs clients ? Sont-ils compatibles avec l'organisation de mon activité ?
- Quel est mon objectif de **chiffre d'affaire** ?
- Combien de **temps** pourrais-je y consacrer ?
- Quel est mon niveau de **maîtrise des outils web et de e-marketing** ?
- Faut-il proposer le **paiement en ligne** ?

"Mes produits en ligne", une solution de vente en ligne :

Développé par les Chambres d'agriculture, le logiciel "Mes produits en ligne" offre toute une gamme de **fonctionnalités modulables** en fonction de vos besoins : la présentation rationnelle et organisée de la gamme de produits, une gestion des stocks unique pour vos différents canaux de vente, des modes de livraison et de paiement aux paramétrages multiples, des outils complets de gestion commerciale et des fonctions marketing (ventes croisées,...).

A noter : dans le cadre d'un partenariat national, le **Crédit agricole** propose aux utilisateurs de "Mes produits en ligne" des réductions tarifaires sur les frais d'installation et l'abonnement sur TPE (terminal de paiement électronique) et e-transaction.

A prévoir :

- Faire apparaître les conditions générales de vente et les mentions légales.
- Déclarer le site internet à la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés).
- Protéger mes marques à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle).
- Choisir et réserver un nom de domaine adapté.
- Acquérir un module de paiement en ligne si nécessaire.

Sud de France, une marque en ligne :

- une adhésion à la marque régionale entièrement dématérialisée sur le site www.sud-de-france.com,
- une licence point de vente Sud de France ouverte au e-commerce qui permet la vente en ligne des produits de la marque identifiés comme tel sur les pages Internet du site labellisé.

On aime :

- le relais et la visibilité dans le réseau Sud de France,
- le bénéfice des actions et la notoriété de la marque.

Toutes les infos sur www.sud-de-france.com et auprès de la cellule Sud de France de la Région - 04 67 22 93 09.

Pour vous accompagner :

- **Aude** : Elodie Sabatier - 06 83 69 85 56 • **Gard** : Marie-Stéphane Courbet - 06 12 77 33 60
- **Hérault** : Fabrice Grillon - 06 14 78 27 34 • **Lozère** : Paul Gidon - 04 66 65 62 00
- **Pyrénées-Orientales** : Gilles Planas - 06 07 83 93 42
- **Languedoc-Roussillon** : Marie LARGEAUD - 06 31 43 74 09 / marie.largeaud@languedocroussillon.chambagri.fr

Témoignages

La Marg'Aude, 11 :

« L'idée était de pouvoir disposer d'une vitrine attrayante et conviviale de nos produits sur internet. Le client recherche maintenant la proximité, la rapidité et l'accessibilité. L'outil 'Mes produits en ligne' est une réponse simple et rapide à mettre en œuvre et les potentialités qu'il offre nous permettront d'aller plus loin et de développer les lieux de retrait. »

www.lamargaude.fr

Maison Trébuchon, 34 :

« Nous étions à la recherche d'un outil nous permettant de développer nos ventes auprès des comités d'entreprises tout en simplifiant notre organisation quotidienne et la gestion des commandes, cet outil nous a séduit par son côté intuitif et innovant ! »

www.oeufpicsaintloup.com

Le drive d'aqui, 66 :

« Nous avons commencé la vente aux particuliers il y a 5 ans, en proposant 2 paniers de fruits et légumes par email à nos clients sur un point de retrait. Aujourd'hui, avec un véritable site de vente nous proposons plus de 100 références, 5 points de retrait et un drive. Le site a permis de nous organiser, d'améliorer la visibilité et l'accessibilité des produits de chaque producteur, pour mieux gérer nos commandes et développer une nouvelle clientèle. »

www.jardindepignan.com



Pour les drives de produits fermiers, nous conseillons la labellisation "Bienvenue à la ferme" qui permet un meilleur référencement, une meilleure communication ainsi qu'une réduction sur "Mes produits en ligne".