



BUSINESS

Vendre sur le web, par où commencer ?

En suivant ces étapes clairement énoncées, vous serez en mesure de créer votre business en ligne ou votre boutique en ligne. Cette fiche condense les étapes essentielles pour démarrer votre projet.



Vendre sur le web, par où commencer ?

Sommaire

Définir votre offre et votre cible

Définir votre persona

Choisir une plateforme de vente

Créer un site web ou une boutique en ligne

Trouver un thème ecommerce pour son site

Pages légales

Check-list

Outils

Lexique



Vendre sur le web, par où commencer ?

Objectifs de la fiche : Débuter son activité marchande - Etablir une présence en ligne

Notions découvertes : E-commerce

Définir votre offre et votre cible

Définir votre offre implique de clarifier non seulement ce que vous vendez, mais aussi et surtout la valeur unique que vous apportez à vos clients.

Posez-vous ces questions essentielles :

Qu'est-ce qui différencie votre produit ou service de la concurrence ? Quel problème spécifique résolvez-vous pour vos clients ?

Cette réflexion vous aidera à élaborer une proposition de valeur claire et convaincante.

Parallèlement, identifier **votre cible** (PERSONA) avec précision est indispensable. Il ne s'agit pas simplement de définir des données démographiques basiques, mais de créer des personas détaillés de vos clients idéaux. Plongez dans leurs habitudes, leurs défis quotidiens, leurs aspirations. Où passent-ils leur temps en ligne ? Quels sont **leurs critères de décision d'achat** ? Plus votre compréhension de votre audience est profonde, plus vous serez en mesure de créer un message marketing qui résonne véritablement avec elle.

Cette double définition - **offre et cible** - vous permettra d'aligner parfaitement votre produit avec les besoins de votre marché, d'optimiser vos efforts marketing, et de maximiser votre retour sur investissement. C'est la base sur laquelle vous construirez toute votre stratégie digitale, de la création de contenu à la sélection des canaux de distribution, en passant par le ton de votre communication.

En bref, c'est le fondement incontournable d'une présence en ligne efficace et rentable.



Marketing Business

002

Facile

Définir votre persona

Connaître son client idéal est essentiel pour garantir le succès de votre entreprise. Un Buyer Persona représente une sorte de portrait-robot de votre client parfait : celui qui génère le plus de revenus avec le moins d'investissement.



Clara

Femme entrepreneure - 35 ans - Vit à Paris
Mariée.
Employée du tertiaire.

Ses intérêts

Mode, accessoires, diy
Instagram
Voyages
Tricot

Ses sites

Zalando
Liligo
Opodo
Sephora

Problème Principal

**Clara recherche
les meilleures
offres de voyages,
avec le maximum
d'activités.**



Utilisez les outils en ligne pour vous aider
à concevoir la carte de votre persona

Exemple : <https://www.hubspot.fr/make-my-persona>

Astuce supplémentaire :

Utilisez la méthode SONCA => Cf Fiche Outils : Les Méthodes
pour identifier les besoins de votre persona.



Marketing Business

002

Facile

Choisir une plateforme de vente

Voici les critères qui doivent influencer le choix d'une plateforme e-commerce ou tunnels de ventes.

- **Facilité d'utilisation** : l'interface doit être intuitive, permettant une gestion aisée des produits, des commandes et du contenu, même pour des utilisateurs non techniques.
- **Personnalisation et flexibilité** : la plateforme doit offrir suffisamment d'options pour adapter le design et les fonctionnalités à votre marque et à vos besoins spécifiques.
- **Évolutivité** : elle doit pouvoir s'adapter à la croissance de votre entreprise, en termes de nombre de produits, de trafic et de fonctionnalités.
- **Sécurité** : des protocoles de sécurité robustes sont essentiels pour protéger les données des clients et les transactions.
- **Optimisation pour le référencement (SEO)** : la plateforme doit offrir des outils pour améliorer la visibilité de votre site sur les moteurs de recherche.
- **Intégrations** : la compatibilité avec d'autres outils (CRM, ERP, outils marketing) est importante pour une gestion efficace.
- **Support et communauté** : un bon support technique et une communauté active peuvent être précieux pour résoudre les problèmes rapidement.
- **Coût total de possession** : considérez non seulement les frais d'abonnement, mais aussi les coûts de développement, de maintenance et d'extensions.

Concernant les différents types de solutions, il existe trois solutions de commerces en ligne :

- **CMS (Content Management Systems) :**

👍 **Avantages** : Souvent open-source, grande flexibilité, large communauté de développeurs.

Exemples : *WooCommerce (WordPress), Magento, PrestaShop.*

Idéal pour : Les entreprises qui veulent un contrôle total sur leur site et ont des besoins de personnalisation importants.

- **Solutions propriétaires :**

👍 **Avantages** : Facilité d'utilisation, mises à jour régulières, support dédié.

Exemples : *Shopify, BigCommerce, Wix eCommerce.*

Idéal pour : Les entreprises qui préfèrent une solution «clé en main» et qui n'ont pas besoin d'une personnalisation poussée.



Marketing Business

002

Facile

Choisir une plateforme de vente (suite)

- **Funnels de vente :**

👉 **Avantages :** Optimisés pour la conversion, focus sur l'expérience d'achat.

Exemples : ClickFunnels, Kartra, SamCart.

Idéal pour : Les entreprises qui vendent un nombre limité de produits et qui veulent maximiser leurs taux de conversion.

Le choix entre ces différentes options dépendra de vos compétences techniques, de vos ressources, de la complexité de votre catalogue produits et de vos objectifs de croissance. Par exemple, si vous avez des besoins de **personnalisation très spécifiques** et les ressources techniques nécessaires, un CMS comme Magento pourrait être approprié.

Si vous préférez une solution plus simple à mettre en place et à gérer, une **plateforme propriétaire comme Shopify** pourrait être plus adaptée. Et si votre priorité est d'optimiser vos taux de conversion pour un nombre limité de produits, une solution de funnel comme ClickFunnels pourrait être intéressante.

Il est important de bien évaluer **vos besoins actuels et futurs**, ainsi que vos ressources, avant de faire votre choix. N'hésitez pas à tester plusieurs solutions grâce aux périodes d'essai gratuites souvent proposées pour vous faire une idée concrète de leur fonctionnement.



Il est tout-à-fait possible de tester un marché en utilisant une solution simple comme shopify ou wix, puis dans un second temps, choisir un CMS pour *scaler* votre activité.



Marketing Business

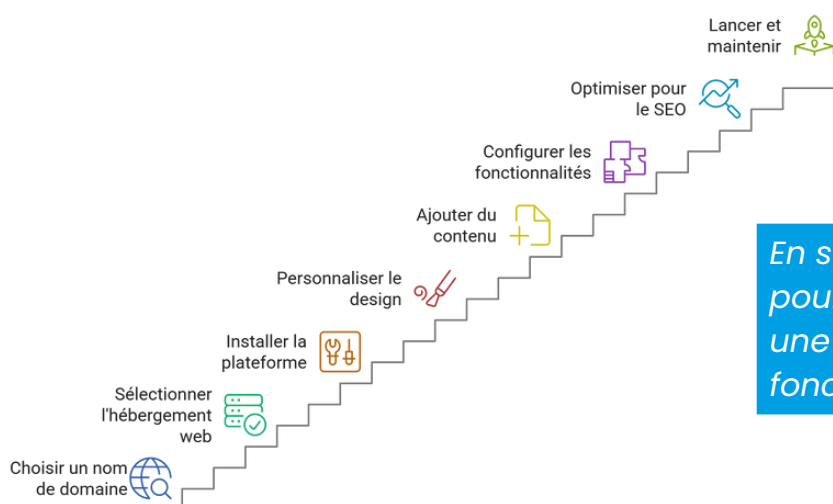
002

Facile

Créer un site web ou une boutique en ligne

Après avoir choisi votre plateforme de vente, passez aux étapes suivantes :

1. **Sélectionner un nom de domaine** : Choisissez un nom court, mémorable et en lien avec votre activité. Vérifiez qu'il n'est pas enregistré à sur le site de l'INPI, ou déjà utilisé. => **cf notre fiche Comment Choisir son nom de domaine**, ensuite, achetez-le auprès d'un registrar (OVH, Gandi, O2switch, Hostinger etc.)
2. **Choisir un hébergement web** : => **cf notre Guide : Choisir son hébergeur web**
Optez pour un hébergeur fiable comme OVHcloud, Hostinger ou Bluehost. Assurez-vous que l'hébergement est compatible avec votre plateforme choisie.
3. **Installer la plateforme** : La plupart des hébergeurs proposent une installation en un clic. Suivez les instructions d'installation fournies par votre plateforme. Sélectionner un thème ou un template : choisissez un design qui correspond à votre image de marque. Assurez-vous qu'il est responsive (adapté aux mobiles).
4. **Personnaliser le design** : Ajoutez votre logo => **cf notre fiche Qu'est-ce qu'un bon logo ?** Modifiez les couleurs et les polices. Organisez la structure de vos pages. Ajouter du contenu : Créez vos pages principales (Accueil, À propos, Contact, etc.). Pour une boutique, ajoutez vos produits avec descriptions et images.
5. **Configurer les fonctionnalités essentielles** : Pour un site web : formulaire de contact, intégration des réseaux sociaux. Pour une boutique : options de paiement => **cf notre fiche choisir une solution de paiement**, gestion des stocks, frais de livraison.
6. **Optimiser pour le référencement (SEO)** : Utilisez des mots-clés pertinents dans vos titres et contenus. Optimisez vos images et créez un sitemap.
7. **Tester et lancer** : Vérifiez que tout fonctionne correctement sur différents appareils. Lancez votre site et commencez à le promouvoir.
8. **Maintenance et mises à jour** : Mettez régulièrement à jour votre plateforme et vos plugins. Ajoutez du contenu frais régulièrement pour maintenir l'intérêt.



En suivant ces étapes, vous pourrez créer un site web ou une boutique en ligne fonctionnel et professionnel.



Marketing Business

002

Facile

N'oubliez pas les pages légales !

1 Mentions légales (Obligatoire pour tout site web)

✦ Pourquoi ? Elles permettent d'identifier l'éditeur du site et sont obligatoires en France (Loi pour la Confiance dans l'Économie Numérique – LCEN).

✦ Que doivent-elles contenir ?

- Nom et prénom (ou raison sociale si entreprise)
- Adresse du siège social
- Email et téléphone
- N° d'immatriculation (SIRET, RCS, TVA intracommunautaire)
- Nom de l'hébergeur du site (ex. O2Switch, OVH...)

Sanction en cas d'absence : Amende pouvant aller jusqu'à 75 000 € pour une entreprise.

2 Conditions Générales de Vente (CGV)

✦ Pourquoi ? Elles définissent les règles de la vente et protègent autant le vendeur que l'acheteur.

✦ Que doivent-elles comporter ?

- Description des produits ou services vendus
- Prix (avec TVA si applicable)
- Modalités de paiement et facturation
- Conditions de livraison et délais
- Politique de remboursement et de rétractation (14 jours obligatoires pour les consommateurs)
- Responsabilité du vendeur

Sanction en cas d'absence : Amende jusqu'à 15 000 € pour une entreprise.

3 Politique de confidentialité & Gestion des données personnelles

✦ Pourquoi ? Elle est obligatoire si tu collectes des données personnelles (email, adresse, téléphone...).

✦ Que doit-elle préciser ?

- Quelles données sont collectées et pourquoi
- Où et combien de temps elles sont stockées
- Comment elles sont protégées
- Droit d'accès, de modification et de suppression des données
- Contact pour exercer ses droits

Sanction en cas de non-respect du RGPD : Amende pouvant atteindre 4 % du chiffre d'affaires mondial.

4 Politique de cookies

✦ Pourquoi ? La CNIL impose d'informer et d'obtenir le consentement des visiteurs.

✦ Que doit-elle préciser ?

Quels types de cookies sont utilisés (techniques, analytiques, marketing...)

Objectifs des cookies (tracking, publicité...)

Durée de conservation

Option pour accepter/refuser les cookies

◆ Obligation : Afficher un bandeau cookies avec consentement avant tout dépôt.

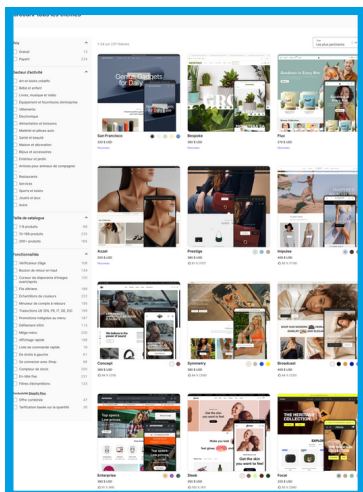


Marketing Business

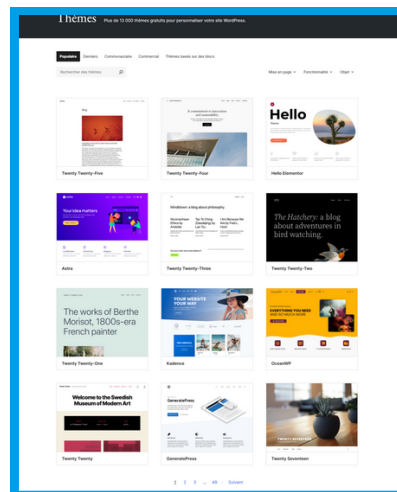
002

Facile

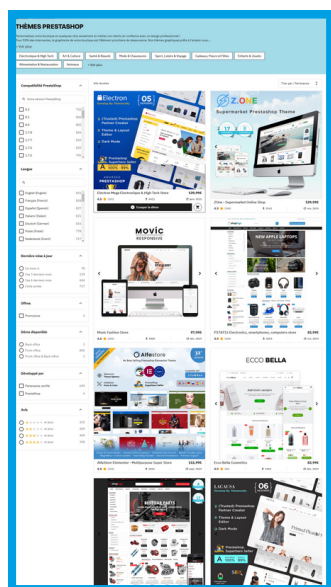
Trouver un thème ecommerce pour son site



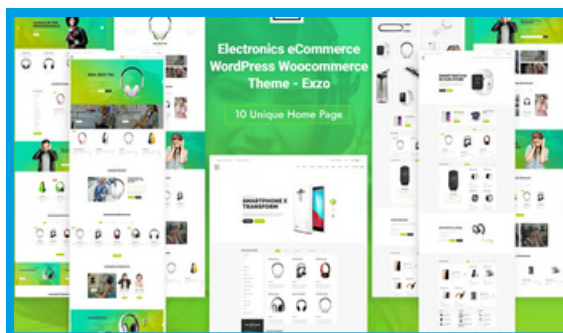
<https://themes.shopify.com/themes>



<https://fr.wordpress.org/themes/>



<https://addons.prestashop.com/fr/3-themes-prestashop>



<https://elements.envato.com/fr/wordpress/ecommerce>



**De nombreux sites proposent des thèmes
(habillage) pour votre site.
Veillez à choisir un thème compatible
avec votre version de CMS.**

Programme 7 jours

Jour	Actions à réaliser	Explication détaillée	 Fait
Jour 1	Définir son offre et sa cible	Identifier son persona, clarifier sa valeur ajoutée, choisir ses produits ou services en fonction du marché cible.	☐
Jour 2	Choisir son nom de domaine et hébergement	Trouver un nom de domaine pertinent, sélectionner un hébergement rapide et sécurisé, acheter le domaine.	☐
Jour 3	Installer son site web et créer les premières pages	Installer un CMS (WordPress, WooCommerce, etc.), créer les pages essentielles (Accueil, À propos, Contact), choisir un design ergonomique.	☐
Jour 4	Ajouter ses premiers produits ou services	Rédiger des fiches produits optimisées (titre, description, images), intégrer des appels à l'action, vérifier l'optimisation mobile.	☐
Jour 5	Optimiser la structure du site	Améliorer le SEO (mots-clés, balises, méta-descriptions), optimiser la vitesse du site, assurer la sécurité avec un certificat SSL (HTTPS).	☐
Jour 6	Mettre en place un moyen de paiement et tester le parcours client	Activer un système de paiement sécurisé (Stripe, PayPal), tester l'expérience utilisateur du panier jusqu'à la confirmation de commande, vérifier la gestion des emails transactionnels.	☐
Jour 7	Déployer sa première stratégie de visibilité	Animer ses réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn), lancer une campagne publicitaire simple, mettre en place une séquence email, suivre les premiers résultats.	☐

CHECK-LIST

002

Facile

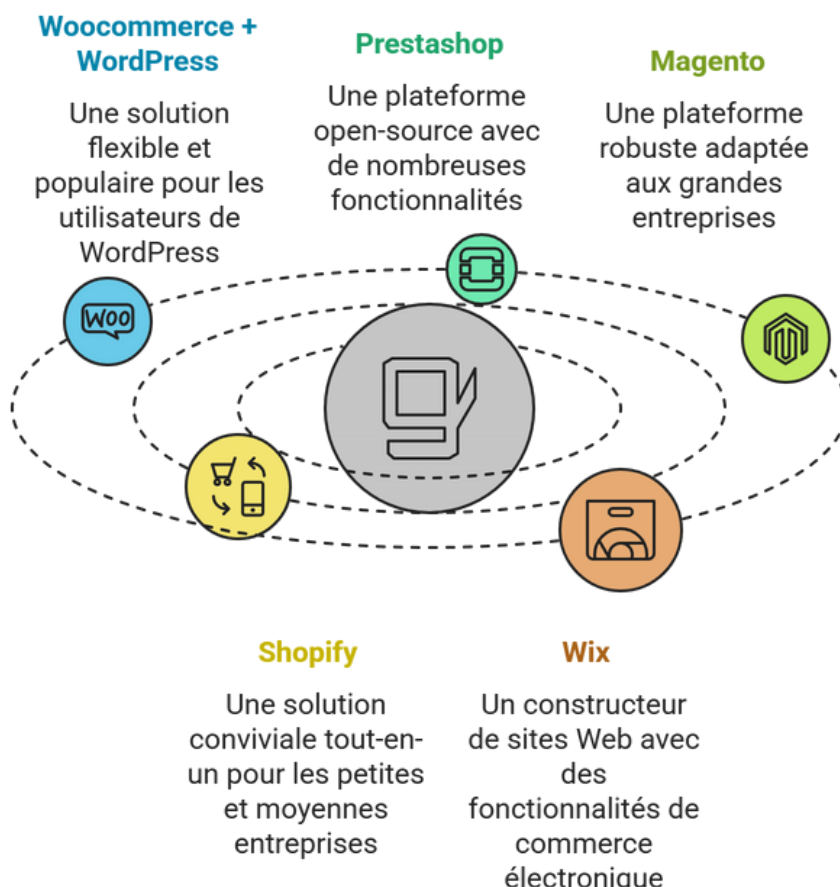
- ☐ Analyser le marché
- ☐ Définir votre proposition de valeur
- ☐ Définir votre persona
- ☐ Choisir votre plateforme de vente
- ☐ Choisir votre nom de domaine
- ☐ Choisir votre hébergeur
- ☐ Installer et paramétrer votre plateforme de vente
- ☐ Intégrer vos produits
- ☐ Personnaliser votre site
- ☐ Optimiser le seo
- ☐ Maintenir le site

OUTILS

002

Facile

Aperçu des plateformes de commerce électronique



Vous vendez des services ? Séances de coaching ? Alors la plateforme System.io sera sans doute plus adaptée à votre business. La plateforme (gratuite) vous permettra de créer une landing page et une page de paiement.



Vous avez aimé cette fiche ?

Déposez un avis



LEXIQUE

002

Facile

CMS (Content Management System) : Système de gestion de contenu permettant de créer et gérer facilement un site web sans connaissances techniques approfondies.

Funnel de vente : Parcours d'achat conçu pour guider un visiteur vers la conversion (achat, inscription, etc.).

Hébergeur web : Service qui stocke les fichiers de votre site web et le rend accessible sur Internet.

INPI : Institut National de la Propriété Industrielle, organisme public français chargé de la protection de la propriété intellectuelle.

Nom de domaine : Adresse web unique de votre site (ex: www.votresite.com)

Persona : Profil fictif représentant votre client idéal, utilisé pour orienter vos stratégies marketing.

Plateforme propriétaire : Solution e-commerce complète et hébergée, généralement plus facile à utiliser mais moins personnalisable.

Registrar : Entreprise accréditée pour vendre et enregistrer des noms de domaine.

Responsive : Design de site web qui s'adapte automatiquement à la taille de l'écran (ordinateur, tablette, smartphone).

RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données, législation européenne sur la protection des données personnelles.

SEO (Search Engine Optimization) : Optimisation pour les moteurs de recherche, ensemble de techniques pour améliorer la visibilité d'un site web dans les résultats de recherche.

Sitemap : Fichier listant toutes les pages d'un site web pour faciliter leur indexation par les moteurs de recherche.

Template : Modèle de mise en page prédéfini pour un site web.

Thème : Design préconçu pour un site web, souvent personnalisable.



Vous avez aimé cette fiche ?

Déposez un avis





Besoin d'aide ?



Vous manquez de temps pour mettre en place
toutes ces étapes ?

Vous souhaitez bénéficier d'un coaching personnalisé ou
déléguer toute la mise en œuvre ?

Contactez-moi
BARBARA RAUX
contact@marketing-guide.fr



***Vous avez
aimé cette
fiche ?***

**Déposez un
avis**

