

Les clés pour doper vos ventes grâce à Internet

Dans un marché estimé à 25 milliards d'euros de chiffres d'affaires pour 2009, les ventes sur Internet ont connu une croissance insolente de 20 %.

Le cabinet d'expertise comptable et d'audit Eurex s'est penché sur le sujet, à travers son atelier baptisé « Comment créer un site marchand ? ».

Jeudi dernier, dans ses locaux du sixième arrondissement lyonnais, Jean-Louis Balazuc, associé du groupe, a accueilli une clientèle désireuse de découvrir le relais de croissance du net.

Avec plus de 33 millions d'utilisateurs en France, le cyberspace touche toutes les couches de la population. « La possibilité d'acheter en ligne apparaît comme

un service essentiel que l'internaute attend », déclare Jean-Pierre Cauchy, consultant en e-commerce et animateur de cette matinale. « Le site marchand est au service des points de vente pour préparer un achat futur en magasin et renforce la fidélité d'un client à une marque », a-t-il martelé.

Pour augmenter le chiffre d'affaires, une solution s'impose : augmenter son taux de trafic et améliorer le taux de transformation. Cela revient à accroître le nombre de visites sur son site via un travail de référencement, c'est-à-dire un bon positionnement dans les moteurs de recherches. Le taux de transformation est quant à lui « le véritable

nerf de la guerre » : il s'agit de transformer une simple visite sur un site en acte d'achat. Pour arriver à ce résultat, la performance du site doit d'être optimisée tout autant que la préparation de commandes et le service clientèle. Trop souvent négliger, ce dernier service revêt une importance particulière puisqu'il est « le seul point de contact réel avec l'internaute qui permet de juger de sa satisfaction ».

Au final, chaque projet e-commerce est unique, il implique une stratégie clairement définie en amont et une parfaite maîtrise des coûts.

D.C.