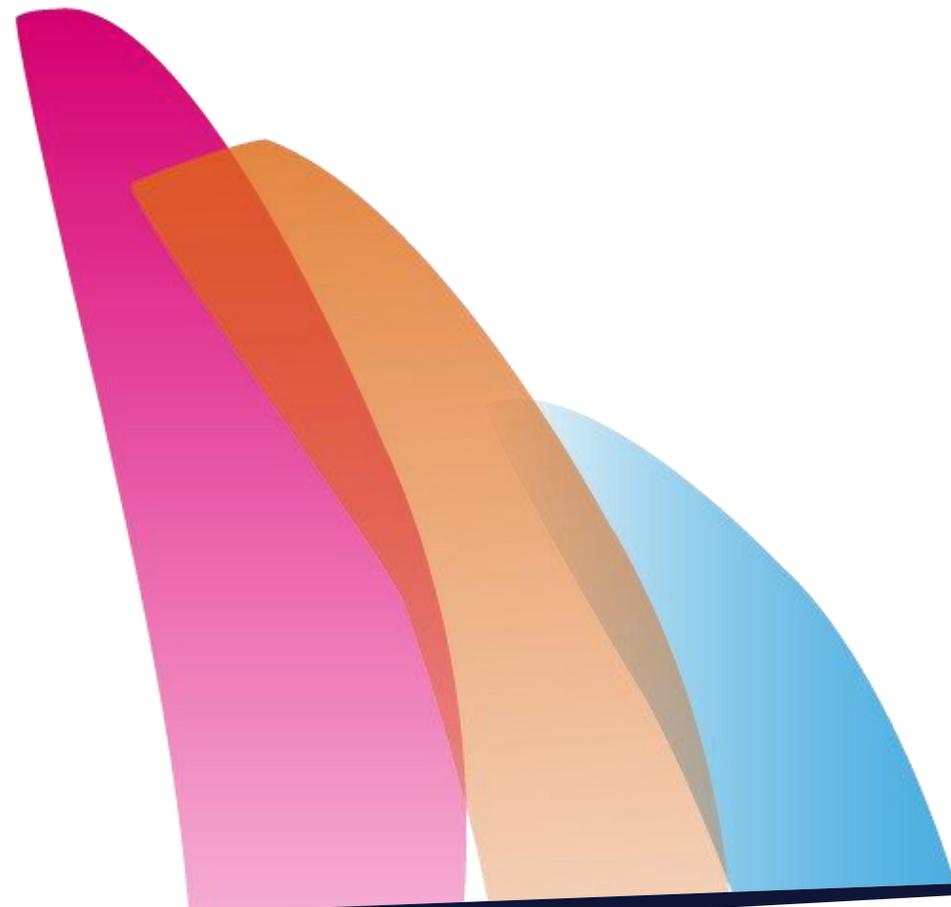


# La matinale

## Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

---

26 septembre & 08 octobre 2024



# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Programme

- Le **e-commerce**, quésaco
- Les **circuits de vente classiques** : comment se différencier ?
- Les **circuits de vente numériques** : quels intérêts pour ma clientèle, mes prospects ?
- Les **circuits hybrides** : réservation en ligne, click & collect... un mixte avantageux ?
- **Quelle stratégie adopter** pour une relance dynamique d'activité ?

*Pour en savoir plus des liens cliquables vous sont proposés dans ce support !*

*Ndlr : ce support présente des outils, sites, produits ou services (...) à titre d'exemples illustratifs uniquement. Élargissez vos recherches\* et démarches pour comparer les solutions qui vous seront proposées, par les professionnels du territoire !*

*[\*exemples : [annuaire professionnel 1012.nc de l'OPT NC](#) - [annuaire cartographique filière numérique NC par OPEN NC](#) ...]*

© Les images contenues dans ce support sont « libres de droits » [sources : banques d'images « [Pexels](#) » & « [Pixabay](#) »]

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Présentons-nous !

### Votre ACTIVITÉ

- Quel **type** ?  
[Production de produits locaux, commercialisation en imports, services...]
- Quel **secteur** ?  
[Alimentaire, vestimentaire...]
- Quelle **cible** ?  
[Résidentiels/Professionnels/Administrations/Associations ; Profil type  
[&/ou Persona ;]
- Quels **moyens humains** ?  
[Taille entreprise, organisation en « service-direction »...]
- Quels **moyens commerciaux** ?  
[Local commercial, Site web, réseaux sociaux ...]



Votre POSITIONNEMENT & votre STRATÉGIE sont des PRÉREQUIS impératifs. Ils vous permettront de sélectionner une « boîte à outils » pertinente, à adapter en fonction de votre cible, vos cibles !

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Le e-commerce [commerce en ligne], quésaco

### Définition & définitionS !



Fédération des Entreprises de Vente à Distance [**FEVAD**] :

« le e-commerce est la **vente** de produits ou de services via des outils et **moyens électroniques** »

Institut de la Statistique et des Études Économique [**ISEE**] :

« ...le e-commerce **n'implique pas** automatiquement de gérer le **paiement en ligne** et la gestion de la **livraison** »

👉 Le e-commerce va de la « simple » réservation par téléphone, à la vente intégrale "tout en ligne" !

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Les circuits de vente classiques

**Valorisez la proximité de relation !**

Stand [marché], boutique, comptoir, corner, itinérant [...]

La **présence physique** auprès des chalands, prospects et clients, est la base « historique » du commerce. Si ce mode peut être considéré comme « chronophage », voire désuet, par vos cibles, il n'en représente pas moins une **opportunité commerciale forte** à travers la relation directe. Il permet :

- l'établissement immédiat d'une **relation commerciale**
- une définition précise des **besoins** exprimés par échanges directs
- l'identification de besoins **annexes** ou **additionnels** & le placement de produits/services complémentaires
- le **remplacement** du besoin exprimé, de l'offre par des produits/services « équivalents », dits de substitution [vente additionnelle]
- une **fidélisation** en proximité, voire personnalisée
- ... etc.



👉 **La fidélisation en présentielle : réorienter son client ?** [Vente immédiate à court termes ou démarche de moyen à long termes ?]

Pas de bonne réponse, **tout dépend de votre secteur, de votre offre !** De cette démarche peut dépendre votre image, et la qualité de votre relation commerciale.

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Les circuits de vente classiques : comment se différencier ?

Regroupez-vous !

Créez vos réseaux de commerces partenaires ! Ces regroupements peuvent être :

- **géographiques** : avec vos « voisins », **optimisez la visibilité de votre zone de chalandise**, mutualisez vos actions commerciales et/ou de communication, vos animations (speaker, kermesse, jeux concours,...etc.), vos prospects et clients !  
☞ rue commerçante, galerie commerciale, zone commerciale...
- **sectoriels** : avec vos partenaires complémentaires, voire vos « concurrents », vous pouvez **valoriser votre secteur d'activité, ses solutions, ses produits & services** ! Créez des évènements dédiés à **votre/vos corps de métier**, mutualisez l'organisation, votre prospection, voire vos prospects !  
☞ salon, kermesse, concours de « talents » ...
- **par « corners » interposés** : vous installez un **comptoir d'exposition** [voire de vente] dans les locaux de vos partenaires, et vice-versa !  
☞ idéalement vos corners présentent des produits complémentaires, ou des produits rattachés. Vous pouvez aussi « surprendre » et/ou proposer des articles « accessoires » à petits prix...
- **occasionnels /évènements** : en lien avec les organismes porteurs (chambres consulaires, communes...) **valoriser votre enseigne** ! Créez ensemble des évènements dédiés à **votre corps de métier**, mutualisez l'organisation, votre prospection, voire vos prospects !  
☞ foire & salon « multi-secteurs », fêtes calendaires et jours fériés...



« tout seul on va plus vite, ensemble on va plus loin »

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Les circuits de vente classiques : comment se différencier ?

**Ciblez de nouvelles communautés !**

Rejoignez les réseaux de clients existants ! Ils sont regroupés autour de :



### ▪ cartes de fidélité

la perspective de réaliser la moindre économie est attractive pour tous les consommateurs. Une carte de fidélisation « groupée » permet de bénéficier d'une visibilité et d'une attractivité accrues, voire d'un vivier de prospects/clients.

☞ exemples : « [Avantage](#) » / [Mon Club](#), « [Conso](#) » [...]

### ▪ cartes de « bénéficiaires »

ces cartes vous permettent d'accueillir de nouveaux prospects/clients qui n'ont pas forcément accès à tous les commerces.

☞ exemples : [Senior](#) , [Neocarte / Carte Déjeuner](#) [...]

### ▪ cartes & applications de paiements

ces cartes vous permettent d'accueillir de nouveaux clients ou de faciliter vos.

☞ exemples : [American Express](#) , Application [CF-Pay](#), [...]

### ▪ « catalogues » d'avantages/réductions

dans le même esprit que les cartes de fidélité ou de bénéficiaire, ces réseaux peuvent vous permettre de vous mettre en avant.

☞ exemple de catalogue : [ma liste cadeaux](#) ; [passeport gourmand](#) ; [...]

☞ Approcher les Comités d'Entreprises pour élargir votre ciblage, et vendre « au pluriel » !

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Les circuits de vente classiques : comment se différencier ?

**Distinguez-vous !**

Soyez attractif, vis-à-vis des ventes en lignes ou de vos concurrents !

Proposez une véritable « plus-value ». Aussi, pour valoriser la visite en boutique, expérimentez :



- une mise en avant « **des 5 sens** »
  - ☞ mode = toucher les textiles, les matières ; décoration = perception des espaces en 3 dimensions ; restauration = présentation des plats, odeurs et saveurs...etc.
- un **environnement adapté** à votre offre
  - ☞ mode = cabine d'essayage ; décoration = nuanciers ; concessionnaire = piste d'essai...etc
- une **réduction** valable uniquement en présentiel
  - ☞ sur présentation d'un coupon, d'un flyer, d'un « code » oral, ...etc.
- une **loterie**, un jeu concours
  - ☞ bulletin papier dans urne physique, roue « de la chance »...
- un **évènement** « dans votre secteur »
  - ☞ mode = un défilé ; librairie = une lecture par l'auteur ; restaurant = une dégustation alimentaire...Etc.
- une **animation** « **complémentaire** »
  - ☞ mode = un accessoiriste, un chasseur ; une librairie = une lecture publique, diffusion d'un film (inspiré d'un livre ;) ; un restaurant = un concert, une exposition...Etc.

☞ En fonction de votre offre, des attentes de vos cibles, ou de leurs accompagnants, n'hésitez pas à imaginer, à innover !

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Les circuits de vente classiques : comment se différencier ?

**Détendez vos clients !**

Proposez une « expérience client » enrichie, pour vous **différencier & fidéliser** vos clients !

*[un enfant préfère manger son « repas rapide » à emporter, ou sur place ... à côté de l'aire de jeux ?]*



En fonction de votre offre proposez des **espaces** ou **activités « annexes »**, voire **décalés**, de façon **permanente** ou non, avec :

- un **espace « détente »** autonome  
fauteuil, lecture, café, écoute de musique...
- une **aire de jeux**  
tapis/jouets, flipper, console de jeux vidéo, panier de basket, baby-foot...
- un **évènement réservé** aux « clients **fidèles** »  
un petit-déjeuner ; un snacking « entre midi et deux » ; un « afterwork » avec ou sans vente « privée »
- une **animation « surprise/surprenante »**  
mode = un soin « beauté », un conseil visagiste, une coupe de cheveux ; une librairie = un concours de scrabble, de dessins, voire un « pictionary » ; un restaurant = un film, un spectacle « cabaret » (burlesque, comique...) ...Etc.

👉 Pour adapter les expériences n'hésitez pas à vous « associer », et à « inverser les rôles » en intervenant vous dans l'environnement ou la boutique de vos partenaires !

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

## Les circuits de vente classiques : comment se différencier ?

**Communiquez !**

Soyez visible, la communication est essentielle ! Elle s'appuie sur des outils :



### ▪ traditionnels

- 👉 vitrine, flyers
- 👉 flochage véhicules [le.s vôtre.s & d'autres] & publicités « ambulantes »
- 👉 annonces médias : affichage « 4x3 » (papier), presse écrite, radio, TV, cinéma...

### ▪ ponctuels / évènements

- 👉 stand d'information sur les conférences, salons...

### ▪ digitaux / en ligne

- 👉 affichage « 4x3 » (dynamique)
- 👉 réseaux sociaux : post, annonces...
- 👉 site web « partenaires » : bandeaux publicitaires ; logo « partenaire »
- 👉 site web « médias » : bandeaux publicitaires ; annonces
- 👉 régie de publicité « sur application »...

👉 1 campagne de communication = 1 objectif !

Lorsque vous communiquez, définissez vos cibles et **un objectif précis** [se faire connaître; augmenter sa communauté, attirer des chaland, fidéliser des clients...]. Choisissez **ensuite** les formats, supports & médias adaptés !

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

Les circuits de vente numériques : quels intérêts pour ma clientèle, mes prospects ?

Vos clients sont connectés !

Site Web « propre », marketplace, réseaux sociaux, marketplace des réseaux sociaux...etc.

Les outils en lignes sont un **moyen de communication essentiel**, voire incontournable en cas d'impossibilité de proposer un accueil physique. Avec les **smartphones**, ils sont un **lien de proximité indispensable** pour diffuser vos **informations, promotions et actualités**. Sélectionnez vos **RÉSEAUX SOCIAUX** en fonction de vos cibles ! Exemples :

- **facebook / messenger** 📌 Consommateurs « trentenaires » et plus
- **linkedin** 📌 Pour les professionnels [BtoB], les comités d'entreprises...
- **instagram** 📌 Exploité par les femmes jeunes au lancement, en essor du côté des hommes et des autres générations
- **tiktok** 📌 Pour cibler les « moins de 30 ans » ! Attention au format !
- ...\*

📌 conseils CCI NC : « [Les Calédoniens encore plus connectés en 2023](#) »

📌 taux d'usages des réseaux sociaux en NC : [Rapport « We are Social 2023 » résumé par Tealforge](#)

\*D'autres réseaux sociaux existent, certains peuvent servir vos activités « à l'export » ! 🌐 ! Chine, Russie...etc.



📌 **Mes prospects, ma clientèle, ma communauté... et mes concurrents !**

Des espaces dédiés à la commercialisation se développent sur les réseaux sociaux, et ils sont aussi au service de vos concurrents. En Nouvelle-Calédonie 37% des entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux [2021-2022]. Parmi elles 43% sont présentes sur Facebook, 14% sur LinkedIn, et 8% sur Instagram.

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

Les circuits de vente numériques : quels intérêts pour ma clientèle, mes prospects ?

Ils repèrent et achètent en ligne !

Pour 1 consommateur sur 2, ne pas être présent en ligne c'est « ne pas exister » !

Pour exploiter les **SITES WEB**, 2 outils types en fonction de votre stratégie commerciale :

## ▪ site web

- 👉 propre à l'entreprise = pas de concurrents
- 👉 marchand ou non
- 👉 présentez vos tarifs : le consommateur ne prendra pas le temps de vous contacter, il fait du « **repérage en ligne** », comme **au moins 1 personne sur 2** en Nouvelle-Calédonie !

## ▪ market place (« marché virtuel »)

- 👉 pas de maîtrise des offres « à côté », vos concurrents sont possiblement présents
- 👉 proposez au moins 1 de vos produits pour « tester » ce type d'outil
- 👉 exemples : [pacifikmarket.nc](http://pacifikmarket.nc); [shop.nc](http://shop.nc)



👉 La « **fidélisation** » en ligne : **communiquez avec votre communauté !**

Pour une partie des consommateurs, ne pas être présent ou représenté sur internet &/ou les réseaux sociaux c'est « ne pas exister » ! Développer et gérer sa « communauté en ligne » devient un impératif, et représente un métier à part entière, celui de « community manager ».

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

Les circuits hybrides : réservation en ligne, click & collect... un mixte avantageux ?

Les consommateurs s'adaptent...

Ces « nouveaux » parcours clients s'appuient sur des outils « en ligne » ET des lieux physiques.

Déployées en Nouvelle-Calédonie lors de la crise COVID, elles ont démontré leur efficacité pour **pallier aux restrictions de circulation** et ont aussi permis d'accélérer les **changements d'habitudes d'achat**. Elles restent donc pertinentes à exploiter tout au long de l'année, car elle offre un **choix « logistique »** au client, et peuvent même avoir la préférence de consommateur « pressés »... ou qui souhaitent **optimiser leurs « temps d'achats »** !

## ▪ réservations "en ligne"

👉 Exploitées par les sites web et les réseaux sociaux, elles sont aussi **réalisables** avec tous les outils « électroniques classiques » comme les **appels téléphoniques** [téléphone mobile ou non]; les **textos** [SMS]... Soyez vigilant sur la réalité des commandes si vous ne proposez pas un paiement distant [sur compte client existant en vos registres, par carte bleue au téléphone, par virement bancaire...]

## ▪ "Click & Collect"

👉 La **commande se fait « à distance »**, avec ou sans paiement « en ligne », et la **récupération** se fait par le client **en votre magasin**, ou autre point-relai ! Une méthode qui permet au client d'optimiser ses déplacements, et à votre entreprise de gérer les récupérations de colis sur des horaires spécifiques, voire restreints, au besoin de votre organisation



# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

Les circuits hybrides : réservation en ligne, click & collect... un mixte avantageux ?

...et s'habituent !

Ces nouvelles organisations restent pertinentes à exploiter tout au long de l'année !



Elles offrent un **choix « logistique »** au client, et peuvent même avoir la préférence de consommateur « pressés »... ou qui souhaitent **optimiser leurs « temps d'achats »** !

## ▪ livraison

👉 Proposer la livraison à domicile, par vos soins ou ceux d'une [société de transport](#) partenaire. Si votre clientèle est en demande, pourquoi ne pas la faire venir dans votre boutique en proposant/exploitant une compagnie de transport de personne, ou un taxi ?

## ▪ point relai

👉 Proposer la livraison dans un « tiers lieu » . Exploitez des **caisson automatisé** (ex : [mycolisbox.nc](#)) et/ou identifier des **boutiques « partenaires »**, en misant sur les synergies « sectorielles » ou « thématiques » pour obtenir des ventes additionnelles, avec possible réciprocité.

👉 Pour gagner des chalands/prospects, misez sur les ventes additionnelles en devenant un point-relai !

# Relancer son activité : circuits de vente alternatifs & e-commerce

Quelle stratégie adopter pour une relance dynamique d'activité ?

Adaptez-vous !

Consultez vos clients & partenaires, (re)pensez votre stratégie & innovez !



Repensez votre cœur de métier face à l'évolution des demandes. Cela peut aussi s'appliquer avec une diversification « maîtrisée » de vos activités, mais vigilance à ne pas se disperser !

- **(Re)partez de votre offre ET de votre stratégie commerciale** ☞ Concentrez vous sur la partie de votre catalogue qui représente le plus gros volume de ventes/CA [« loi des 80/20 »].
- **Créez/rejoignez vos réseaux** de commerces **partenaires & réseaux** de clients ☞ Suivant vos cibles
- **Dans vos espaces commerciaux soyez attractif**, proposez une « plus-value » et une « expérience client » enrichie ☞ Valorisez la proximité de relation
- **Sélectionnez VOS outils numériques** en fonction de vos **cibles et objectifs** ☞ Si vous « débutez », une page Facebook et l'usage d'une market place peuvent vous permettre de rester « en maîtrise » et de tester la vente en ligne.
- **Exploitez vos sites & réseaux sociaux pour communiquer !** ☞ Même sans « vente/paiement en ligne » (sans paiement), il en va de votre visibilité commerciale, et donc de votre existence du point de vue du client.
- **Testez les organisations « hybrides »** [réservation en ligne, click & collect, livraison et point relai...] ☞ ils vous permettent d'anticiper vos circuits en cas de « blocages », et peuvent avoir la préférence de vos clients, demandez-leur !

☞ **Coup de pouce méthodologique : vous voulez revoir votre stratégie, voire innover ?** Prenez un temps de réflexion, et stimuler votre créativité, propre ou collective (!), pour établir VOS pistes d'actions : partez de votre secteur, votre activité, votre métier et de votre catalogue. Listez les éléments, les mots qui sont dans le même **champs lexical**, puis dans les **champs lexicaux proches**. Cela vous permettra d'asseoir ou de revoir votre positionnement, d'identifier des pistes de synergies partenariales, voire de sélectionner des produits pour réaliser des ventes additionnelles !

# Avec la CCI-NC à vos côtés

Vous n'êtes pas seul : **Exploitez nos ressources en lien avec cette matinale !**

☞ [Pourquoi et comment optimiser sa présence en ligne ?](#)

☞ Les supports de « [la matinale](#) » [*dont communication en ligne*]

**Entreprises, vos conseillers CCI sont à votre écoute :**



**caprelance@cci.nc**

**Vous aider est notre priorité.**

MERCI DE VOTRE ATTENTION

