

La matinale

COMMENT SE DÉMARQUER
DE LA CONCURRENCE ET
ÊTRE VISIBLE SUR INTERNET

Date: Mardi 1^{er} Avril 2025

Shop.nc



cci
© NOUVELLE-CALÉDONIE



PRÉSENTATION DE VOTRE INTERVENANT

Romain CHAVIGNY, *CTO de Shop.nc*

Je suis issu de la génération Y : l'informatique, l'achat en ligne et le marketing c'est mon ADN !

Entrepreneur dans l'âme, j'ai accepté il y a 6 ans de prendre la gérance opérationnelle de Shop.nc.

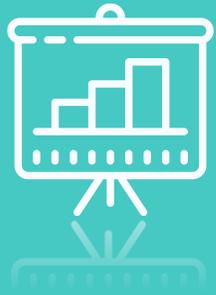
Chaque jour, j'ai le plaisir d'accompagner ~150 entreprises du caillou dans leur digitalisation avec la mise en place de solutions e-commerce adaptées aux contraintes locales. Notre marketplace Shop.nc regroupe quasiment tous les secteurs d'activités et permet une vue à 360° des attentes aussi bien des consommateurs que des commerçants calédoniens. Nous avons déjà livré plus de 35 000 commandes sur tout le territoire ainsi qu'à l'international.



SOMMAIRE

COMMENT SE DÉMARQUER DE
LA CONCURRENCE ET ÊTRE
VISIBLE SUR INTERNET

- 1- Pourquoi être visible en ligne ?
- 2- Votre cible marketing
- 3- Les leviers marketing “traditionnels”
- 4- La communication 100% digitale !
- 5- Les indicateurs à surveiller
- 6- Le bad buzz, s’en prémunir !
- 7- Vos Questions / Réponses (FAQ)



CHIFFRES
CLEFS

SUR 10 CALÉDONIENS :

8 vont sur internet

6 utilisent au moins un réseau social

5 font du repérage en ligne

3 à 4 pratiquent le e-commerce



UNE ACCÉLÉRATION NOTABLE depuis le début de la crise COVID

Les achats e-commerce progressent en moyenne de 15% chaque année depuis 2020.

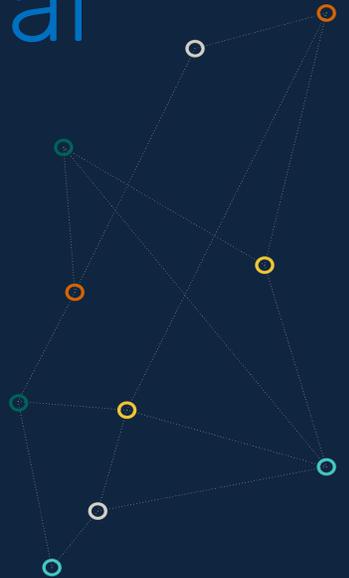
Plus de 50 % des consommateurs utilisent leur smartphone ou tablette pour commander en ligne.

80% des consommateurs déçus par une mauvaise expérience d'achat sont définitivement perdus.

Les e-shoppers calédoniens convaincus valident en moyenne 1 commande par mois.



Observatoire
Numérique
NOUVELLE-CALÉDONIE
NOUVELE-CALÉDONIE



10 bonnes raisons d'être visible sur internet !

ACCESSIBILITÉ

Toutes vos offres et coordonnées sont directement consultables en quelques clics

Affichez vos contenus dans la langue préférée du consommateur

INTERACTIVITÉ

Votre catalogue est mis à jour en temps réel : offres promos, tarifs et stocks disponibles

Un contenu enrichi grâce à l'accès aux photos, fiches techs, vidéos...

VISIBILITÉ

Être vu, c'est vendre!
Apparaîtrez en top position Google sur vos meilleurs mots-clés

Lancez régulièrement des campagnes vers vos best-sellers

NOTORIÉTÉ

Construisez un support à votre image et démarquez-vous de la concurrence

Diffusez du contenu de marque et transmettez votre expertise

RENTABILITÉ

Grâce aux outils d'analyse statistiques, développez & fidélisez votre clientèle en ciblant vos audiences

Maitrisez le coût d'acquisition de vos prospects et ciblez vos marchés "préférés"

BIEN DÉFINIR MA CIBLE DIGITALE



Lorsque l'on parle de marketing, on évoque souvent les termes de B2C ou B2B pour caractériser les différents types de cibles possibles pour une entreprise.

En effet, selon votre secteur d'activité propre et votre positionnement, vos cibles seront différentes et vos stratégies marketing doivent donc s'adapter à cette réalité.

Mais quelle stratégie adopter et dans quelle situation ?



Les leviers de communication "traditionnels"

LES SALONS & FOIRES

Foire de Bourail
Foire de Koumac
Foire du Pacifique

Salons ARDICI
Nature & Jardins
Nautisme, 4x4
Marchés broussards, ...

LA PRESSE + RADIO



nouvelle
calédonie



LES RÉGIES PUBLICITAIRES

CALEDONIA + France TV
Spots Radios locales
Panneaux urbains 4x3

*Billboard, Signboard, Pacific Pub,
Théa Vision....*



Magazines brousse
Magazines spécialisés
Reportage TV
Concerts & Evènements :
*Francofolies, Bal de la Bodega,
Magazines CCI + Province Sud*

LES INFLUENCEURS



Les leviers marketing "digitaux"

LES PORTAILS THÉMATIQUES



LE CATALOGUE INTERACTIF



LES MARKET-PLACES



LE SITE E-COMMERCE DÉDIÉ



LES RÉSEAUX SOCIAUX



SOMMAIRE

COMMENT SE DÉMARQUER DE
LA CONCURRENCE ET ÊTRE
VISIBLE SUR INTERNET

- 1- Pourquoi être visible en ligne ?
- 2- Votre cible marketing
- 3- Les leviers marketing “traditionnels”
- 4- La communication 100% digitale !
- 5- Les indicateurs à surveiller
- 6- Le bad buzz, s’en prémunir !
- 7- Vos Questions / Réponses (FAQ)

2 INDICATEURS E-COMMERCE À SURVEILLER ACTIVEMENT



TAUX DE CONVERSION

Nombre de conversions (transactions)

Nombre de visiteurs uniques

Si 3000 personnes ont visité votre site le mois dernier et que 30 ont acheté au moins un de vos produits, le taux de conversion est de $30 / 3000$ soit 1%. Un taux moyen de 2% est considéré comme satisfaisant.



TAUX DE REBOND

Nombre de rebonds (pages par utilisateur)

Nombre total de visites

Le taux de rebond désigne le pourcentage de visiteurs qui quittent un site Internet après n'avoir vu qu'une seule page. Vous devez absolument vous assurer que ce **KPI** soit toujours inférieur à 50% !

LES FACTEURS CLÉS POUR RÉUSSIR - 1/2

UN SITE WEB BIEN RÉFÉRENCÉ & PARTAGÉ

> Optimisez votre code et vos contenus web pour booster gratuitement votre référencement naturel (*SEO*)



> Développez le social media pour améliorer votre visibilité sur les réseaux pertinents de votre cible (*SMO*)



> En NC, GoogleAds + FacebookAds vous permettront d'acheter du référencement et des audiences ciblées pour acquérir un maximum de visibilité sur une période définie (*SEA*). Pour optimiser la rentabilité de ces campagnes, s'entourer d'un spécialiste est préconisé.

UN CATALOGUE ORGANISÉ & SYNCHRONISÉ

> Mettez-vous dans la peau de l'internaute qui ne vous connaît pas et doit néanmoins être rassuré par votre offre ! A défaut de pouvoir toucher le produit, il doit pouvoir le retrouver facilement sur le site pour concrétiser son achat.

> Donnez-lui accès à tous les détails pertinents stockés dans votre *ERP/PIM/SI* : titre "marketé", photos, vidéos, description, fiche technique, produits complémentaires ou associés afin de satisfaire sa curiosité et surtout son envie !

> Rien n'est plus décevant qu'un article mal référencé, au mauvais tarif ou annoncé à tort en stock ! *EDI & API* sont LA solution pour s'interconnecter efficacement et garantir la fiabilité des informations affichées sur votre site !

LES FACTEURS CLÉS POUR RÉUSSIR - 2/2

UNE LOGISTIQUE RENTABLE & EFFICIENTE

- > L'internaute qui passe commande en ligne souhaite **être livré rapidement** (24 à 48H max), et idéalement que sa livraison soit **gratuite ou peu onéreuse**.
- > Une **optimisation perpétuelle** de chacune des étapes de la **préparation du colis jusqu'à son point de retrait/livraison** est l'un des enjeux majeur d'une vente web 100% réussie et d'une bonne rentabilité maîtrisée. La **mutualisation** permet certaines **économies d'échelle**.
- > **Proposez** le maximum de solutions pour **recupérer** la marchandise **au plus tôt** : livraison express / rapide, au bureau, à domicile, en point-relais, en retrait magasin toujours **en respectant la promesse** faite au client.

UN SERVICE CLIENT CONNECTÉ & RÉACTIF

- > Vos clients et prospects ont besoin d'avoir régulièrement des informations au cours de leur processus d'achat : **validation** du paiement, **préparation** du colis, **suivi** du transporteur, **modification** d'articles ou créneau de livraison, **ajout** d'un message personnalisé, droit de **rétractation**, utilisation d'un avoir, etc...)
- > Que ce soit avant, pendant et après la vente, **vous devez être joignable** et pertinent dans chacune de vos réponses sur tous les canaux disponibles : téléphone, email, FB Messenger, WhatsApp, Chatbox...
- > Une solution de **ticketing** + un système de notation d'**avis client** vont faciliter le suivi en temps réel des flux.



BAD BUZZ : S'en prémunir et savoir le gérer

COMMENT FAIRE-FACE À CETTE SITUATION CRITIQUE :

- 1- Ne pas réagir trop vite
- 2- Ne rien supprimer
- 3- S'excuser
- 4- Rester calme et mesuré
- 5- Communiquer

La meilleure solution consiste à comprendre l'origine du problème et à identifier la cause de la mauvaise publicité. Pour ce faire, faites une veille active sur votre propre marque.

Pour anticiper au mieux le bad buzz, listez les points sensibles de votre entreprise afin de prévoir ces situations et préparer des réponses types.

RÉCAPITULATIF DES SOLUTIONS

OPEN

Nouvelle-Calédonie
Organisation des Professionnels de l'Économie Numérique

cci

NOUVELLE-CALÉDONIE

PrestaShop

Drupal

DROPiZI

**Woo
COMMERCE**

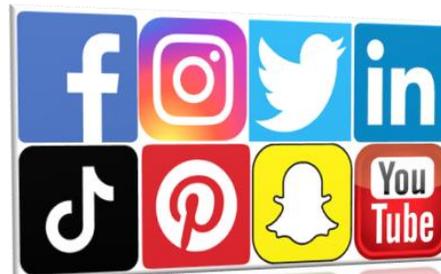
Wix

WordPress

Magento

Joomla!

LENGOW



AliExpress

ebay

ETICKET
PARTENAIRE DE VOS ÉVÉNEMENTS

Etsy Shop.nc



Le Trico

shopify

amazon

yatoo.nc

MailChimp



mailjet

issuu

flipsnack

calaméo

Google Analytics



freshdesk

Canva

Google Tag Manager

**Google
Search Console**



**Google
My Business**



**facebook
Ads**

**ADECAL
TECHNOPOLE**



cci
NOUVELLE-CALÉDONIE

OPT
Nouvelle-Calédonie

**Chambre de Métiers
et de l'Artisanat**
Nouvelle-Calédonie

**GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE
CALÉDONIE**

MERCI DE VOTRE ATTENTION



La CCI-NC à vos côtés

Entreprises, vos conseillers CCI sont à votre écoute :

24 31 00

caprelance@cci.nc

Vous aider est notre priorité.

Titre



Merci pour votre attention,
avez-vous des questions ?

Financé par

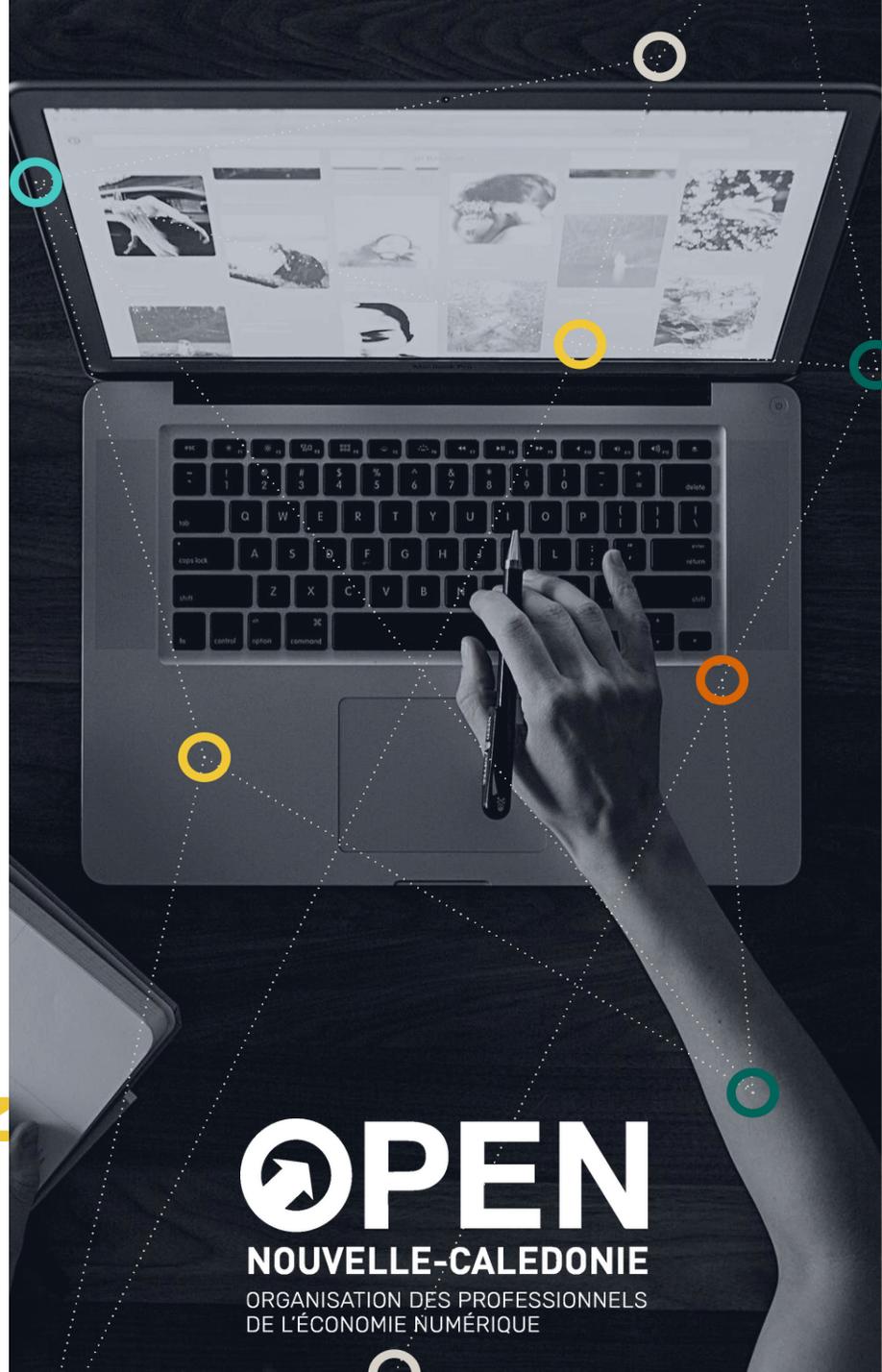


A l'initiative

de



bpi**france**

A background image of a laptop on a dark surface. A hand is holding a pen over the keyboard. The laptop screen displays a grid of images. Several colored circles (yellow, orange, teal) are overlaid on the image, connected by dotted lines, suggesting a digital or network theme.

OPEN
NOUVELLE-CALÉDONIE
ORGANISATION DES PROFESSIONNELS
DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE