LES 10 PRINCIPAUX POINTS À ENVISAGER POUR ÉVOLUER VERS LE COMMERCE EN LIGNE

La pandémie a forcé les entreprises canadiennes de toutes tailles à se mettre sur pause, à se réévaluer et même, dans certains cas, à repenser entièrement leur modèle d'affaires. Certaines ont dû adapter leur chaîne d'approvisionnement, alors que d'autres ont perfectionné leurs expériences numériques pour répondre plus adéquatement aux besoins de leurs clients. Dans ce contexte, le passage au commerce électronique n'a jamais été aussi essentiel. Nous avons donc rassemblé pour vous, ci-dessous, les points clés de notre plus récent webinaire,

S'ouvrir au commerce électronique : développer votre entreprise en ligne.

01 | VENDRE EN LIGNE EST PLUS IMPORTANT QUE JAMAIS.

Selon le **dernier sondage sur les habitudes d'achat des consommateurs** de FedEx Express Canada lancé en novembre 2020, la navigation en ligne continue de prendre de l'ampleur, 41 % des Canadiens sondés affirmant qu'ils consultent les boutiques en ligne chaque jour, comparativement à 38 % en 2019[1].

02 | COMPRENDRE. ADAPTER. DÉFINIR.

Il est important de comprendre la manière dont fonctionnent les ventes en ligne dans votre industrie. Comment votre passage au commerce en ligne influencera-t-il vos clients et vos partenaires d'affaires? Vous devrez adapter votre entreprise au commerce électronique en développant de nouvelles capacités internes (technologiques, humaines et logistiques). Vous devrez également définir des objectifs précis, puis cerner les actions à entreprendre, par vous et votre équipe, pour les atteindre.

03 | CRÉER UN PLAN POUR LANCER VOTRE COMMERCE EN LIGNE.

La technologie n'est qu'un des aspects du cybercommerce. Vous devrez former votre personnel et adapter vos processus à cette nouvelle façon de faire des affaires. Entre autres, vous devrez expliquer à vos employés pourquoi ce passage en ligne est important, les faire participer à la planification et leur offrir la formation nécessaire. Une transformation numérique appelle également la création d'une culture numérique, nécessaire à une transition harmonieuse vers le commerce virtuel. Faites un budget, choisissez votre plateforme électronique, élaborez un plan et déterminez qui s'occupera des opérations quotidiennes.

04 | CONCEVOIR UNE BOUTIQUE EN LIGNE ATTRAYANTE ET FONCTIONNELLE.

Faites en sorte que l'image et la personnalité de votre marque soient claires et agréablement mises de l'avant. Ajoutez des photos et des vidéos professionnelles pour illustrer les produits ou les services que vous proposez. Assurez-vous de présenter avec exactitude ce que vos clients recevront et fournissez tous les renseignements nécessaires.

05 | PRIORITÉ ABSOLUE : CONNAÎTRE VOTRE CLIENTÈLE ET SES BESOINS!

Vos clients actuels et potentiels doivent vivre une expérience harmonieuse chaque fois qu'ils interagissent en ligne avec votre entreprise, que ce soit sur votre site, sur les médias sociaux ou par courriel. Cet aspect fait partie du marketing numérique omnicanal (via différents canaux). Toutes ces facettes doivent être renforcées par un système de gestion robuste, à la hauteur de la qualité des produits ou des services que vous offrez.

Source : Sondage sur le magasinage des Fêtes de FedEx 2020.

06 SE PRÉPARER AUX VENTES ET AUX EXPÉDITIONS.

Offrez à vos clients plus que de simples livraisons grâce à une politique d'expédition complète. Soulignez les services et les options d'expédition disponibles, en précisant notamment les frais connexes, les délais de livraison, les restrictions et d'autres détails similaires. Allez plus loin en fournissant des renseignements sur le délai de traitement des commandes et le moment où seront livrés les colis des clients.

07 PROCÉDER À DES ESSAIS, PUIS AU LANCEMENT.

Avant de lancer votre site, testez vous-même l'expérience que vivront vos clients pour vous assurer qu'ils pourront accéder à tous les widgets et à l'ensemble des outils. Veillez également à ce que le site soit fonctionnel sur le bureau et les appareils mobiles, pour que vos clients puissent y accéder de la maison ou en déplacement. Un des aspects importants de l'expérience des cyberconsommateurs est la possibilité d'annuler ou de se faire rembourser une commande. N'oubliez pas de tester cette étape avant de lancer votre site. Un Canadien sur quatre (73 %) affirme que la politique de retour et le soutien du service à la clientèle concernant les achats électroniques influencent ses choix quand vient le temps de faire des achats en ligne[2]. Les **Solutions de retour FedEx** simplifient le processus des retours pour vous et vos clients.

08 BONIFIER L'EXPÉRIENCE DE MAGASINAGE, DEPUIS LE PANIER D'ACHATS JUSQU'AU PAS DE LA PORTE!

Donnez à vos clients davantage de contrôle sur leurs livraisons résidentielles, à l'endroit et au moment où ils le souhaitent. Notre **outil en ligne FedEx[MD] Delivery Manager** facilite les livraisons à domicile et apporte une agréable tranquillité d'esprit. Vos clients peuvent choisir de recevoir des avis proactifs, de réacheminer leurs colis à un comptoir de détail sécurisé ou de fournir des instructions spéciales pour leur livraison résidentielle.

09 TROUVER L'EMBALLAGE PARFAIT.

Il est important de considérer l'emballage comme faisant partie de votre stratégie de commerce électronique, car il constitue une extension de votre marque. Vos produits doivent pouvoir être transportés sans dommages et faire bonne impression à leur arrivée chez votre client. Nul doute que la présence de votre produit sur le marché a nécessité beaucoup de temps, de talents et de ressources. De grands efforts ont également dus être faits pour que la qualité et le rendement soient au rendez-vous. Il est donc primordial de savoir comment bien emballer vos articles, afin qu'ils arrivent en sécurité et sans dommages. N'oubliez pas les quatre étapes pour bien expédier votre produit : protégez-le, emballez-le, scellez-le et étiquetez-le.

10 OPTIMISATION CONTINUE.

Même lorsque votre entreprise est bien établie en ligne, la tâche est loin d'être terminée. À mesure que vous prenez du galon, vous devez chercher d'autres façons d'optimiser l'expérience de vos clients sur votre site. **Rapports FedEx en ligne** facilite la création, le téléchargement, l'enregistrement et la planification des rapports d'expédition. Ces rapports contiennent de précieux renseignements, tels que la taille des colis, les rectifications d'adresse, les dépenses et le volume d'expédition, l'état des paiements et les détails sur les réclamations. L'examen des rapports d'expédition permet aux propriétaires d'entreprises et aux exploitants d'analyser les habitudes de consommation de leurs clients sous un jour différent.

Source : Les points clés du webinaire de FedEx Express Canada, S'ouvrir au commerce électronique : développer votre entreprise en ligne ont été fournis par BigCommerce et les Services-conseils de la Banque de développement du Canada.