WiziShop.com

Solution innovante pour créer et gérer sa boutique en ligne

**www.wizishop.com**

# 365 conseils e-commerce pour 2011

**1** 1er Janv.

### *Liens sponsorisés*

Pour vos campagnes Google Adwords, n'oubliez pas d'exclure un certain nombre de mots clés qui ne convertissent que très peu : gratuit, forum, image, location, test, télécharger, occasion... Vous trouverez une liste plus exhaustive sur blog ecommerce.

*http://wizi.la/79*

**2** 2 Janv.

### *Fidélisation*

Si vous stockez les dates de naissance de vos clients, n'oubliez pas de leur souhaiter un joyeux anniversaire ! Créez une vidéo originale, personnalisez une page de votre site ou offrez à votre client un bon de réduction pour lui montrer que vous pensez à lui.

**3** 3 Janv.

### *Communiqué de presse*

Il existe de nombreux sites gratuits sur lesquels vous pouvez déposer vos communiqués de presse. Parmi eux : Press-fr, Communique-de-presse-gratuit, Categorynet, Repandre, Medias libres, Big Annonces, Europale AS Media, BuzziBuzz, Communiquez, LinkJuice.

**4** 4 Janv.

### *Banque*

Si vous avez un contrat VAD (vente à distance) depuis plusieurs mois et que votre activité progresse, n'hésitez pas à aller renégocier vos conditions tarifaires auprès de votre conseiller bancaire !

**5** 5 Janv.

### *Design*

Lorsque vous faites des maquettes ou des tests de mise en page, utilisez du faux texte en latin ("Lorem Ipsum") afin de ne pas perturber la lecture. Pour vous simplifier la tâche, il existe un générateur de faux-texte : http://www.lipsum.com

**6** 6 Janv.

### *Facebook*

Pour augmenter l'effet viral de votre site et utiliser la puissance des réseaux sociaux, pensez à ajouter le bouton "J'aime" de Facebook sur vos pages produits. Vos visiteurs pourront ainsi partager leurs trouvailles facilement avec leurs amis.

**7** 7 Janv.

### *Référencement*

Pour vérifier si votre site ne contient pas de liens cassés (qui pourraient générer des erreurs de type 404), vous pouvez utiliser des outils gratuits tels que Xenu ou LinkExaminer. Ces logiciels parcourent votre site et vous proposent un rapport complet.

*http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html*

*LinkExaminer : http://wizi.la/7a*

**8** 8 Janv.

### *Communication*

Pour vos campagnes d'e-mailing ou de SMS-mailing, pensez à personnaliser vos messages (en ajoutant le prénom de la personne par exemple) à chaque fois que cela est possible. Le taux d'attention sera largement supérieur.

**9** 9 Janv.

### *Communiqué de presse*

Pour un communiqué de presse réussi, pensez à mettre vos coordonnées à la fin du communiqué : le nom du responsable presse, un email et un numéro de téléphone au minimum. Les journalistes pourront ainsi facilement vous contacter.

**10** 10 Janv.

### *Création*

Ne mettez surtout pas la totalité de votre budget dans la création de votre site. Prévoyez de préférence un tiers de votre budget pour la création du site, un tiers pour la communication et le dernier tiers pour la maintenance et les optimisations.

**11** 11 Janv.

### *Marketing / Soldes*

Pensez à préparer votre site pour les soldes ! La période des soldes d'hiver va commencer demain à 8h. Les internautes s'attendent à voir des produits soldés sur votre boutique. S'ils n'en trouvent pas, ils iront chez vos concurrents...

**12** 12 Janv.

### *Juridique / Soldes*

En période de soldes, veillez à bien présenter les prix de vos produits : vous devez, légalement, afficher l'ancien prix (barré par exemple), votre nouveau prix ainsi que le taux de réduction. Attention à bien respecter les dates légales (du 12 Janvier au 15 Février).

**13** 13 Janv.

### *Communication*

Si vous avez un commerce physique en parallèle de votre site e-commerce, pensez à récupérer le plus souvent possible les adresses emails de vos clients. Cela vous permettra de les fidéliser et de leur envoyer vos dernières promotions !

**14** 14 Janv.

### *Conversion*

Contrôlez tous vos formulaires et notamment la mise en place de scripts indiquant clairement à l'utilisateur si il a mal complété le formulaire ou si il a oublié un élément. L'erreur doit être mise en évidence par une couleur ou un symbole par exemple.

**15** 15 Janv.

### *Référencement*

La configuration de votre serveur doit permettre de bien identifier les URLs et pages inexistantes pour afficher une erreur de Type 404. Vérifiez régulièrement la liste des erreurs et faites les changements nécessaires si un lien n'est pas bon par exemple.

16 Janv.

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, pensez à utiliser la bonne sémantique dans le code HTML de vos pages. Chaque balise (paragraphe, gras, italique) a un sens et une répercussion dans la structure et la mise en forme de votre page.

17 Janv.

*Statistiques*

Gardez toujours un oeil sur les statistiques de votre moteur de recherche interne. C'est un indicateur très important ! En effet, vous allez pouvoir mesurer les attentes de vos visiteurs et pourquoi pas enrichir votre catalogue en conséquence...

18 Janv.

*Fidélisation*

Une fois l'achat effectué, vous pouvez profiter de l'email de confirmation de commande pour pousser ("vente croisée") quelques produits complémentaires ! Vous connaissez les goûts de votre client alors profitez-en !

19 Janv.

*Conversion*

Pensez à indiquer votre numéro de téléphone sur votre site. La place idéale est dans la partie haute ("header"). Sa présence signifie "Nous sommes joignables en permanence" et permettra de rassurer vos visiteurs.

20 Janv.

*Communication*

Pour augmenter votre notoriété et récolter des adresses, vous pouvez organiser un jeu-concours sur votre site Internet. La diffusion de ce type de jeu est très forte et vous pourrez relancer (par newsletter par exemple) les internautes qui ont donné leur accord.

21 Janv.

*Référencement*

Pour une navigation fluide et améliorer son référencement naturel, il est fortement conseillé de placer un fil d'ariane (chemin de navigation de type : Accueil > Chaussures enfant > Converse) sur toutes ses pages.

22 Janv.

*Blog*

N'hésitez pas à créer un blog en parallèle de votre boutique en ligne. Cela améliorera votre référencement naturel et facilitera l'échange entre vous et vos clients.

23 Janv.

*Liens sponsorisés*

Pour en savoir plus sur la création de campagnes Adwords, n'hésitez pas à suivre des formations dans des organismes dédiés ou directement sur Internet et en vidéo sur des sites spécialisés comme Tuto.com.

*http://wizi.la/7b*

24 Janv.

*Salon*

Les 25 & 26 Janvier 2011, le Forum e-marketing se tiendra au Palais des Congrès de Paris. N'hésitez pas à y faire un tour pour rencontrer les principaux acteurs du secteur (200 exposants) et assister aux nombreuses conférences.

25 Janv.

*Référencement*

Le temps de téléchargement de vos pages par les robots de Google est important. Idéalement, il faut que vos pages puissent être téléchargées par Google en moins de 800 ms. Vous pouvez voir la vitesse de téléchargement sur Google Webmaster Tools.

26 Janv.

*Communication*

Si vous organisez un jeu-concours sur votre site, pensez à tout mettre en oeuvre pour favoriser le buzz... Par exemple, pour obtenir plus de chance de gagner, l'internaute devra recommander votre concours sur les réseaux sociaux ou par email à ses amis !

27 Janv.

*Piège*

Ne vous lancez pas dans la vente en ligne parce que c'est à la mode ou que vous avez entendu dire qu'il y avait un gros potentiel. Le e-commerce est un vrai métier qui nécessite de bons produits (que vous maîtrisez), une stratégie et des connaissances larges.

28 Janv.

*Communication*

Ne vous lancez pas dans la vente en ligne sans budget ! Il vous faudra, quoi qu'il arrive, investir dans des actions de communication pour pouvoir vendre. Une réussite avec 0€ de budget n'existe malheureusement pas...

29 Janv.

*Fiche produit*

Il faut soigner sa description produit. Ne pas hésiter à mettre beaucoup d'informations et faire très attention à l'orthographe (le sérieux de votre boutique en dépend !).

30 Janv.

*Veille*

Étudiez en détail vos concurrents (leur site, leurs offres, leurs fournisseurs). Ayez toujours un oeil sur les différentes entreprises de votre marché. Vous pouvez utiliser le site societe.com pour en savoir plus sur une entreprise par exemple.

31 Janv.

*Fêtes*

Si le thème de votre boutique en ligne est adapté, pensez à lancer une rubrique et des mises en avant spéciales Saint-Valentin. Les internautes feront leurs achats environ deux semaines avant le 14 Février. Soyez prêt à temps !

32 — 1er Fev.

*Conversion*

Affichez votre numéro de téléphone sur votre site. Attention, privilégiez les numéros fixes classiques. Les numéros de portable ne font pas professionnels et les numéros en 08 ou 09 laissent à penser qu'ils sont surtaxés.

33 — 2 Fev.

*Réseaux sociaux*

Vous pouvez utiliser la puissance du réseau social Facebook pour promouvoir votre boutique en ligne. Pour cela, créez votre propre page Facebook au nom de votre entreprise et invitez vos amis (et suggérez leur d'en faire autant avec leurs amis !).

34 — 3 Fev.

*Référencement*

Google prend en compte le temps de chargement de vos pages dans son classement. Il peut ainsi pénaliser les sites dont les pages mettent plus de 4,7 secondes à s'afficher sur un navigateur. Attention à ne jamais dépasser cette limite.

35 — 4 Fev.

*Liens sponsorisés*

Pour vos campagnes Google Adwords, pensez à l'esthétisme de votre annonce ! Les internautes sont sensibles à certains détails. Les mots clés ressortent en gras, essayez de les répartir de façon à ce que le gras forme une sorte de flèche et augmente l'impact.

36 — 5 Fev.

*Communication*

Si votre boutique en ligne est originale, vous pouvez essayer d'obtenir des articles dans la presse. Composez un communiqué de presse et envoyez le à des journalistes ciblés. Des services en ligne peuvent vous y aider : PresseOdebit, InstantRP ou Diffusez.com.

37 — 6 Fev.

*Marketing*

Sur votre fiche produit, proposez des produits complémentaires ("vente croisée"). Cela vous permettra d'augmenter votre panier moyen et d'orienter par exemple vers des accessoires sur lesquels vous avez de meilleures marges.

38 — 7 Fev.

*Communication*

Si vous souhaitez organiser un jeu-concours sur votre site, sachez qu'il existe des entreprises spécialisées qui peuvent vous accompagner. Par exemple ConcoursMania ou RealDev.

*RealDev : http://www.organiser-jeu-concours.fr/*

39 — 8 Fev.

*Référencement*

Il est conseillé de soumettre un fichier site-map à Google (via l'outil Google Webmaster Tools). Ce fichier XML est la cartographie de votre site. Il permet au moteur de recherche d'indexer l'ensemble des pages de votre site.

40 — 9 Fev.

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, pensez à différencier la forme et le contenu. Votre fichier HTML doit uniquement contenir les informations et votre (ou vos) fichier(s) CSS la mise en forme.

41 — 10 Fev.

*Statistiques*

Regardez quotidiennement ses statistiques de visite est essentiel. Vous pouvez trouver des outils gratuits tels que Google Analytics (service en ligne) ou Piwik (script à installer sur son serveur) et d'autres payants comme Xiti ou GetClicky...

*Xiti : http://www.atinternet.com/*

42 — 11 Fev.

*Veille*

Pour en savoir plus sur le nom de domaine en .fr de votre concurrent, vous pouvez utiliser le service de l'Afnic. Cela vous permettra de connaître le nom du titulaire et les informations administratives et techniques.

*http://www.afnic.fr/outils/whois*

43 — 12 Fev.

*Conversion*

Lors du processus de commande, mettez en avant votre numéro de téléphone. Cela augmentera votre taux de conversion car vos visiteurs se sentiront rassurés (même si très peu d'entre-eux vous appelleront !)

44 — 13 Fev.

*Référencement*

Attention à ne jamais placer d'URLs non voulues dans votre fichier Sitemap (cartographie de votre site soumise à Google). Même si vos URLs sont exclues par un fichier robot.txt, Google pourrait tout de même les indexer !

45 — 14 Fev.

*Marketing*

Le panier est un endroit idéal pour proposer d'autres produits en rapport avec les achats de votre visiteur ("vente croisée"). N'hésitez pas à le tenter (sans le forcer !) avant qu'il ne finalise son achat.

**46** 15 Fev.

*Design*

Il faut prêter une attention toute particulière à la partie haute de votre site (“header”). Présent sur toutes les pages, il doit permettre de trouver les informations les plus importantes pour informer, guider, et attirer le client.

**47** 16 Fev.

*Conversion*

Sur votre page panier et durant tout le processus de commande, veillez à indiquer clairement le nombre d’étapes entre le panier et la confirmation de commande. L’idéal est de présenter ces différentes étapes en haut de chaque page.

**48** 17 Fev.

*Fiche produit*

Pour bien rédiger vos textes, notamment sur vos fiches produits, mettez en valeur les informations importantes avec du gras et de l’italique.

**49** 18 Fev.

*Création*

Le nom de votre site et votre nom de domaine peuvent être différents. Pour augmenter vos chances d’être bien placé sur Google, privilégiez les noms de domaine explicites et qui contiennent vos mots clés (exemple : cadeau-denaissancebebe.fr)

**50** 19 Fev.

*Comparateurs de prix*

Pour promouvoir vos produits et votre boutique en ligne, pensez à exporter votre catalogue vers les principaux comparateurs de prix et guides d’achat. Parmi eux : Leguide, Kelkoo, Shopping.com, Shopzilla, PriceRunner, Idealo, Twenga...

**51** 20 Fev.

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à créer plusieurs campagnes différentes pour répartir vos mots clés et cibler plus précisément vos annonces. Plus vous serez précis, plus votre taux de conversion sera important.

**52** 21 Fev.

*Référencement*

Pour créer facilement un fichier Sitemap (cartographie de votre site soumise à Google), vous pouvez utiliser des outils gratuits tels que Google Sitemap Generator ou Yooda Map.

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, pensez à renseigner un texte alternatif (paramètre “alt”) à chaque image qui apporte une information importante (exemple : *<img src= “stats01.jpg” alt=”Statistiques de Janvier 2011” />)*

**53** 22 Fev.

*Fidélisation*

Surprenez votre client en ajoutant un petit cadeau dans son colis alors qu’il ne s’y attend pas (un badge, un bonbon, un poster, un petit accessoire...). En plus, ce petit cadeau peut véhiculer votre marque et vous faire un peu de pub !

**54** 23 Fev.

*Communication*

Si vous organisez un jeu-concours sur votre site, vous pouvez offrir à tous vos participants un bon d’achat valable sur votre boutique en ligne en plus des lots classiques. Cela vous permettra de convertir plus de participants en clients.

**55** 24 Fev.

*Conversion*

Sur la page panier, il est important de pouvoir rapidement modifier la quantité, supprimer un article, connaître la disponibilité de chaque élément de la commande, être transparent sur les frais de port et mettre en avant le bouton permettant de finaliser son achat.

**56** 25 Fev.

*Blog*

Avant de créer un blog sur votre boutique en ligne, soyez sûr d’avoir le temps, la motivation et l’inspiration pour vous en occuper régulièrement. Si votre blog n’affiche plus de nouveaux messages depuis plusieurs mois, il renverra une image négative à vos clients.

**57** 26 Fev.

*Logistique*

A partir d’une dizaine de ventes par jour, anticipez vos besoins en logistique à court ou moyen terme. Peut-être qu’il sera préférable d’externaliser cette partie pour vous concentrer sur le commerce ! Quelques logisticiens : Neolys, CA logostiques, L4 logistics, Morin.

**58** 27 Fev.

*Juridique*

Sur votre blog, il est très important de modérer les commentaires au fur et à mesure. Les écrits de vos visiteurs peuvent être retenus contre vous dans un cadre juridique (diffamation, violation des droits d’auteur, etc.).

**59** 28 Fev.

60 — 1er Mars

*Réseaux sociaux*

Il n'est pas évident d'avoir un retour précis sur le résultat de ses publications dans les réseaux sociaux. Les outils PostRank analytics et Socialific peuvent vous aider à analyser vos actions et manager facilement votre communauté.

61 — 2 Mars

*Référencement*

Chaque page de votre site doit avoir un titre et une "meta description" unique. Pour vérifier que c'est bien le cas, vous pouvez utiliser l'outil Google Webmaster Tools, rubrique "Suggestions HTML".

62 — 3 Mars

*Fraude*

Afin de réduire les fraudes sur votre site Internet, mettez en place une vérification de l'IP de l'acheteur. Si son pays de commande est différent de son pays de livraison, méfiez-vous et demandez lui des pièces complémentaires avant de traiter sa commande.

63 — 4 Mars

*Création*

Avant de vous lancer dans votre activité en ligne, pensez à faire un business plan adapté au e-commerce. Un article d'Ecomblog vous décrit en détail les différents éléments à inclure et la façon de calculer le tout.

*http://wizi.la/7c*

64 — 5 Mars

*Communication*

Pour un communiqué de presse réussi, pensez à mettre la date de parution de votre communiqué tout en haut. C'est une notion essentielle pour les journalistes. Si le communiqué peut être traité de suite, notez "Diffusion immédiate".

65 — 6 Mars

*Design*

Pensez à mettre un Favicon personnalisé sur votre boutique. Un Favicon est une icône qui se met devant la barre d'adresse de votre navigateur, dans les favoris et les onglets. Cela permet de différencier votre site et attirer plus l'attention de votre visiteur.

66 — 7 Mars

*Référencement*

Si vous avez un produit présent dans plusieurs catégories de votre boutique, placez la balise *<link rel="canonical" href="URL PRINCIPALE" />* pour éviter que Google prenne les différentes pages pour du contenu dupliqué.

67 — 8 Mars

*Statistiques*

Si vous utilisez Google Analytics, n'oubliez pas d'activer le suivi "site de commerce électronique" (il faut cliquer sur *Modifier* dans les paramètres de votre profil). Choisissez votre devise et le nombre de décimales.

68 — 9 Mars

*Marketing*

Proposez à votre visiteur des packs de produits afin d'augmenter le montant du panier. Par exemple, sur un appareil photo, vous pouvez proposer le pack "Appareil + Carte mémoire + Housse" avec une remise de 10% sur les accessoires par exemple.

69 — 10 Mars

*Communication*

Si vous organisez un jeu-concours sur votre site, concentrez-vous sur votre premier lot. Il doit être très attractif (quitte à négliger les lots suivants). Une astuce consiste également à laisser le choix entre 3 lots alléchants pour satisfaire tous les joueurs !

70 — 11 Mars

*Veille*

Pour en savoir plus sur le nom de domaine de votre concurrent (en .com, .net, .org, etc.), vous pouvez utiliser le site who.is. Cela vous permettra de connaître le nom du titulaire et les informations administratives et techniques.

71 — 12 Mars

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, pensez à renseigner un texte alternatif à vos éléments sonores et vidéos. Pour un son, un paramètre "alt" fera l'affaire. Pour une vidéo, il convient d'ajouter des sous-titres synchronisés avec la bande son.

72 — 13 Mars

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à ne pas faire atterrir votre visiteur sur votre page d'accueil. Préférez découper vos campagnes selon vos différentes catégories ou produits afin de pointer directement vers la page en question.

73 — 14 Mars

*Conversion*

Si vous ne proposez pas de bons de réduction actuellement, pensez à ne pas afficher cette possibilité sur votre page panier. A quoi bon frustrer vos visiteurs ?

74 — 15 Mars

*Logistique*

Les clients pardonnent difficilement les retards de livraison. N'hésitez pas à utiliser des logiciels spécialisés pour contrôler la livraison de vos colis. Il existe par exemple Kekoli et iTrack pour vous faciliter la tâche et gagner en productivité.

75 — 16 Mars

*Marketing*

Evitez de pousser des produits (“vente croisée”) que vous n’avez pas en stock !

76 — 17 Mars

*Référencement*

Le poids des pages de votre site est un élément pris en compte par Google. Idéalement, il est préférable que vos pages ne dépassent pas les 1 Mo (avec un HTML de maximum 150 Ko).

77 — 18 Mars

*Fiche produit*

Pour bien rédiger vos textes, notamment sur vos fiches produits, n’hésitez pas à mettre des titres et sous-titres pour simplifier la lecture de vos visiteurs.

78 — 19 Mars

*Fidélisation*

L’achat sur Internet est assez impersonnel. Pour remédier à cela et montrer que votre client est important à vos yeux, n’hésitez pas à prendre votre plus belle plume et lui écrire un petit message personnalisé que vous glisserez dans son colis. Effet garanti !

79 — 20 Mars

*Test*

Pour tester votre site de façon anonyme (comme un visiteur lambda), vous pouvez utiliser le service en ligne http://anonymouse.org/

80 — 21 Mars

*Blog*

Si vous avez un blog sur votre boutique en ligne, soyez franc et honnête, restez vous-même et ne mentez jamais ! C’est uniquement à ce titre que vous arriverez à tisser une relation entre vous et vos lecteurs !

81 — 22 Mars

*Réseaux sociaux*

Pour augmenter l’effet viral de votre site et utiliser la puissance des réseaux sociaux, vous pouvez ajouter sur vos fiches produits un bouton permettant à vos visiteurs de partager facilement leurs trouvailles sur Twitter.

82 — 23 Mars

*Référencement*

Pour optimiser le poids de vos pages et donc la rapidité d’affichage de votre site, pensez à externaliser un maximum de scripts (Javascript / CSS), à regrouper vos fichiers Javascripts et à activer les compressions (style GZIP) sur votre serveur.

83 — 24 Mars

*Conversion*

Gardez un oeil sur votre moteur de recherche interne. Vous vous apercevrez peut être qu’un terme est souvent tapé mais ne donne aucun résultat (exemple “Sacoche”) alors que vous vendez des produits similaires (“Étuis”). Pensez à rediriger ces recherches !

84 — 25 Mars

*Veille*

Pour étudier les différentes version de vos sites concurrents, vous pouvez utiliser l’outil WayBack Machine qui stocke toutes les archives du web ! Vous pourrez étudier les différents changements de vos concurrents. C’est très instructif !

85 — 26 Mars

*Conseil*

N’hésitez pas à rencontrer d’autres e-commerçants ou à lire leur témoignage. Vous en trouverez des dizaines sur le blog de WiziShop, le blog de Ludovic Passamonti ou sur Info-Ecommerce.fr.

*www.wizishop.com/blog/category/temoignages*
*www.ludovicpassamonti.com/interview-ecommerce/*
*www.info-ecommerce.fr/category/interview*

86 — 27 Mars

*Création*

Lorsque vous cherchez le nom de votre entreprise, n’oubliez pas de vérifier que la marque n’est pas déjà déposée auprès du site Icimarques. Vérifiez également la disponibilité du nom de domaine correspondant sur Gandi par exemple.

87 — 28 Mars

*Réseaux sociaux*

Proposez du contenu unique sur votre page Facebook afin d’inciter un maximum de personnes à vous suivre. N’oubliez pas de renvoyer régulièrement vos “fans” vers votre boutique en ligne.

88 — 29 Mars

*Design*

Si vous cherchez de l’inspiration pour créer votre propre Favicon, vous pouvez consulter des centaines d’exemples sur le site Smashing Magazine : articles 1, 2, 3, 4, 5, 6 et 7.

*1 : http://wizi.la/6v  2 : http://wizi.la/6w*
*3 : http://wizi.la/6x  4 : http://wizi.la/6y*
*5 : http://wizi.la/6z  6 : http://wizi.la/70*
*7 : http://wizi.la/71*

89 — 30 Mars

*Référencement*

Vos URLs doivent, de préférence, contenir des mots clés (par exemple : http://www.ruedupa-rapluie.fr/parapluies-hommes/). Evitez tout de même les URLs à rallonge truffées de mots clés.

90 — 31 Mars

*Communication*

Demain c’est le 1er Avril, l’occasion idéale pour amener un peu de fantaisie sur votre boutique en ligne. Essayez de trouver une idée originale de poisson d’Avril et diffusez l’information pour faire parler de vous. Cela peut faire un “buzz” à moindre coût.

**91** 1er Avril

*Conversion*

Pour améliorer les performances de votre moteur de recherche interne, pensez à suggérer à l'internaute ce qu'il peut (ou doit !) chercher. Soit avant sa recherche (les recherches populaires) soit après (correction orthographique, résultats similaires...).

**92** 2 Avril

*Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du e-commerce ! Vous retrouverez, par exemple, sur le blog de Capitaine-commerce de nombreux articles concernant les bonnes pratiques, l'ergonomie ou les solutions e-commerce.

**93** 3 Avril

*Communication*

Si vous organisez un jeu-concours sur votre site, faites bien attention à la législation. Le dépôt de votre concours chez un huissier est obligatoire (sur Depotjeux ou Reglement.net par exemple) quelque soit son fonctionnement ou la valeur de ses lots.

**94** 4 Avril

*Juridique*

Légalement, vous devez obligatoirement fournir des coordonnées téléphoniques (dans vos CGV par exemple) permettant d'entrer en contact avec votre service client ou service après vente.

**95** 5 Avril

*Fiche produit*

Pour bien rédiger vos textes, notamment sur vos fiches produits, séparez chaque idée (évitez de mettre 2 idées fortes dans un même paragraphe). Cela aura plus d'impact.

**96** 6 Avril

*Fidélisation*

Pour fidéliser votre client vous pouvez, par exemple, lui transmettre automatiquement après son premier achat un bon de réduction valable sur sa prochaine commande. Par exemple, un bon de 10€ valable deux mois à partir de 100€ d'achat !

**97** 7 Avril

*Référencement*

La structure des URLs de votre site ne doit pas dépasser une profondeur de niveau 4 (exemple : http://votresite.com/1/2/3/4/). Une URL trop longue peut gêner les moteurs de recherche et donc vous pénaliser.

**98** 8 Avril

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, conservez un bon contraste entre les textes et le fond de la page. Dans le cas contraire, la fatigue visuelle risque de faire fuir votre client potentiel.

**99** 9 Avril

*Conversion*

Pour améliorer les performances de votre moteur de recherche interne, pensez à laisser la possibilité à vos visiteurs d'affiner leur recherche (par catégorie, prix ou d'autres paramètres liés à vos produits).

**100** 10 Avril

*Juridique*

Légalement, il n'est plus possible de surtaxer les services permettant « de suivre l'exécution de la commande, d'exercer son droit de rétractation ou de faire jouer la garantie. » Par contre la gratuité du temps d'attente n'est pas exigée.

**101** 11 Avril

*Veille*

Surveillez les offres de vos concurrents. Gardez un oeil sur eux en vous abonnant à leur newsletter ou à leur flux RSS par exemple. Il existe également des logiciels qui vous permettent de surveiller les mises à jour de leur site (exemple : Wysigot)

**102** 12 Avril

*Création*

Pour vous aider à trouver le nom idéal pour votre activité, vous pouvez vous faire aider par des professionnels (agences de communication ou agences spécialisées telles que Speednaming.com).

**103** 13 Avril

*Référencement*

Pensez à optimiser vos Méta-données (informations qui se retrouvent dans le code de la page). Notamment vos méta-descriptions. Google les utilise fréquemment pour présenter votre site dans la liste des recherches.

**104** 14 Avril

*Piège*

Si vous avez un commerce physique, n'appliquez pas exactement la même stratégie, les mêmes promotions ou les mêmes prix à votre boutique en ligne. Vous devez adapter votre offre à la vente en ligne et adopter deux stratégies différentes.

**105** 15 Avril

*Paiement*

N'hésitez pas à proposer de nombreux moyens de paiement sur votre boutique en ligne. Plus votre client aura le choix, plus vous aurez de chance de le satisfaire. Certains privilégient les grandes banques, d'autres Paypal, d'autres le paiement en X fois...

**106** 16 Avril

*Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, différenciez-vous en personnalisant votre page d'accueil. Il existe des applications telles que Static FBML ou Tigerlily qui vous permettront de sortir du lot !

*Static FBML : http://wizi.la/7d*

**107** 17 Avril

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à faire des campagnes différentes pour le réseau de contenu (Google Adsense) et pour le moteur de recherche. Les résultats et optimisations ne seront pas les mêmes, vous le verrez vite !

**108** 18 Avril

*Emailing*

Dans vos campagnes d'emailing, pensez à inclure des offres promotionnelles, ne vous contentez pas de mettre un contenu purement informatif. Cela incitera plus à cliquer sur votre email.

**109** 19 Avril

*Design*

Pour utiliser une image (JPG, Gif, PNG) comme Favicon pour votre site, vous pouvez utiliser des outils en ligne tel que http://www.html-kit.com/favicon/

**110** 20 Avril

*Communication*

Un bon moyen d'augmenter très rapidement votre notoriété est de proposer un "Deal" national sur les sites tels que Groupon, Dealissime, Kgbdeals ou Vis ma ville. A vous de trouver une offre intéressante et permettant de fidéliser les acheteurs.

**111** 21 Avril

*Référencement*

Pensez à optimiser les titres de vos pages. Chaque titre doit être unique et doit décrire précisément le contenu de votre page. Placez les mots clés importants en premier et évitez les titres trop longs.

**112** 22 Avril

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, permettez l'arrêt des animations qui peuvent perturber votre visiteur. Prévoyez par exemple un bouton pause ou l'arrêt de l'animation au bout de quelques secondes.

**113** 23 Avril

*Logistique*

Pensez à proposer à vos clients plusieurs types de livraison : économique, express, en point relais ou en retrait en magasin. Plus vous aurez de choix, plus vous aurez de chance de contenter votre client !

**114** 24 Avril

*Statistiques*

Si vous utilisez Google Analytics, pensez à activer le suivi de recherche sur votre site (il faut cliquer sur *Modifier* dans les paramètres de votre profil). Cela vous permettra de connaître toutes les recherches effectuées par vos visiteurs !

**115** 25 Avril

*Veille*

Pour savoir combien de pages d'un site concurrent sont indexées sur Google, il suffit de taper la requête "site:" suivi du nom de domaine (exemple : site:www.amazon.com) dans le moteur de recherche.

*http://wizi.la/72*

**116** 26 Avril

*Juridique*

Légalement, vous êtes tenu d'indiquer avant la finalisation de l'achat, la date limite à laquelle vous vous engagez à livrer le bien ou à exécuter la prestation de service. En cas de retard de plus de 7 jours, le consommateur peut dénoncer la commande.

**117** 27 Avril

*Blog*

Sur votre blog, ne parlez pas uniquement de vos produits. Parlez de vous, de vos valeurs, de votre univers et ouvrez plus largement le débat avec vos lecteurs. Il faut arriver à vous rendre humain et ne pas tout axer sur le coté commercial.

**118** 28 Avril

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à optimiser sans cesse vos annonces. Il est toujours possible de faire mieux en changeant un mot, une majuscule ou un signe de ponctuation. Faites un maximum de tests !

**119** 29 Avril

*Conversion*

Pour améliorer les performances de votre moteur de recherche interne, si il n'y a pas de résultats sur la recherche de l'internaute, pensez à lui proposer d'autres pistes ou donnez lui un moyen de vous contacter facilement. Sinon, votre client sera perdu.

**120** 30 Avril

*Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, différenciez-vous en ajoutant un logo (image de profil) aux dimensions maximales proposées par Facebook. Vous avez droit à 200 px de largeur et 600px de hauteur alors autant en profiter !

121 — 1er Mai

*Référencement*

Prenez un soin tout particulier à rédiger et optimiser le titre de votre page d'accueil. Surtout évitez les "Bienvenue" ou "Accueil". Votre titre doit résumer votre activité. Placez y vos mots clés les plus importants et évitez les titres trop longs.

122 — 2 Mai

*Emailing*

Pour réussir vos emailing, pensez à toujours renseigner les attributs ALT de vos images, cela permettra d'afficher du contenu même si les images ne sont pas affichées (ou lors du chargement).

123 — 3 Mai

*Banque*

N'hésitez pas à ouvrir deux comptes dans deux banques différentes. Sait-on jamais, si vous avez un différent avec votre conseiller ou si vous souhaitez faire jouer la concurrence, votre deuxième compte vous sera très utile !

124 — 4 Mai

*Conversion*

Pour améliorer les performances de son moteur de recherche interne et de l'arborescence de son catalogue, il existe des solutions très puissantes qui gèrent l'affichage de façon dynamique et intelligente tel que Compario.

125 — 5 Mai

*Fiche produit*

Pour bien rédiger vos textes, notamment sur vos fiches produits, évitez les tournures promotionnelles. Les phrases seraient trop lourdes, ce n'est pas ce qu'attend l'internaute, il faut savoir rester concis.

126 — 6 Mai

*Juridique*

Légalement, vous devez informer votre client de l'existence d'un droit de rétractation et de ses limites éventuelles ou, dans le cas où il ne s'applique pas, de son absence.

127 — 7 Mai

*Référencement*

Utilisez des balises de titres ("Hn") et placez-y des mots clés. H1 représente le titre principal, il doit être unique et comporter les mots clés les plus importants pour vous. Les H2 et H3 sont les sous-titres et sous-sous-titres. Ils sont également très importants.

128 — 8 Mai

*Marketing*

Proposez à vos visiteurs de noter et commenter vos produits. En effet, les commentaires d'un internaute enthousiaste qui a été à la même place que l'acheteur (il peut facilement s'identifier à lui, se sentir proche) ont beaucoup d'influence.

129 — 9 Mai

*Communication*

Avez-vous pensé à diffuser votre catalogue produit sur les différentes places de marché telle que Amazon, Pixmania ou Rueducommerce ? Leur commission est élevée mais permet de générer de nombreuses ventes et de faire baisser les prix chez vos fournisseurs !

130 — 10 Mai

*Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du e-commerce et du référencement ! Vous retrouverez, par exemple, sur blog ecommerce de nombreuses astuces pour améliorer votre référencement naturel et développer vos ventes.

131 — 11 Mai

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, enlevez toute ambiguïté aux libellés de vos liens hypertextes. Un lien nommé "Accès à votre suivi de commande" est bien plus parlant qu'un lien "Cliquez ici" !

132 — 12 Mai

*Comparateurs de prix*

Vous devez adapter votre catalogue aux différents comparateurs de prix et guides d'achat. Pour vous simplifier cette tâche et diffuser facilement votre catalogue produits, vous pouvez utilisez des services tels que Lengow, ShoppingFlux, Iziflux ou BeezUp.

133 — 13 Mai

*Référencement*

Vous pouvez soumettre votre site à de nombreux annuaires pour améliorer sa visibilité. Préférez les annuaires de qualité qui ne demandent pas de liens en retour. Quelques pistes : Référencement ecommerce, Annuaire Info, Qualiseo ou Les annuaires.

134 — 14 Mai

*Design*

Si vous cherchez de l'inspiration pour créer votre logo, n'hésitez pas à visiter les sites suivants : Logo Faves, LogoFi ou LogoPond.

135 — 15 Mai

*Fête*

Si vos produits s'y prêtent, pensez à lancer une rubrique et des mises en avant spéciales «Fête des mères». Les internautes feront leurs achats environ deux semaines avant (la Fête des mères tombe le 29 Mai). Soyez prêt à temps !

136 16 Mai

*Logistique*

Presque un internaute sur deux utilise la livraison en points relais. Frais de livraison moins élevés, possibilité de choisir le point relais de son choix, plages horaires plus larges... Vous pouvez regarder du coté de Mondial Relay, So Colissimo ou Kiala !

137 17 Mai

*Blog*

Si vous présentez un produit sur votre blog, apportez une vraie valeur ajoutée. Il ne faut pas se contenter de reprendre la fiche produit mais rédiger un nouveau contenu. Vous pouvez en profiter pour glisser un avis client ou une vidéo inédite de votre produit.

138 18 Mai

*Conversion*

Pensez à ajouter et mettre en avant la possibilité de s'abonner à votre newsletter afin de recevoir les promotions et nouveautés par email. N'hésitez pas à inclure également cette proposition lors du processus de commande pour augmenter les inscriptions.

139 19 Mai

*Référencement*

Evitez les logiciels automatiques ou les offres de soumission en masse pour référencer votre site dans des centaines d'annuaires. Google ne trouvera pas cela très naturel et risque de vous pénaliser !

140 20 Mai

*Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, n'hésitez pas à accueillir vos nouveaux "fans" avec un petit message afin de les surprendre et les fidéliser. Mieux encore, pourquoi ne pas leur offrir un bon d'achat pour votre site e-commerce ?

141 21 Mai

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à mettre des fautes d'orthographe dans les mots clés que vous visez. C'est l'occasion d'être parfaitement positionné, à moindre coût, sur certaines expressions.

142 22 Mai

*Marketing / Référencement*

Proposer un système d'avis à vos clients permet de créer du contenu unique, ce qui est bon pour votre référencement naturel. Vos clients travailleront ainsi pour vous !

143 23 Mai

*Veille*

Pour comparer la popularité entre les sites de vos principaux concurrents, une valeur est intéressante : connaître le nombre de liens pointant vers chacun des sites. Pour cela tapez "link:" suivi du nom de domaine à étudier (exemple : link:www.amazon.com).

*http://wizi.la/73*

144 24 Mai

*Emailing*

Pour réussir vos emailing, pensez à découper votre créa en plusieurs tranches d'image. Choisissez des tranches pertinentes (qui ont un sens), et ajoutez toujours le style "Display: block" entre deux images pour qu'elles soient collées les unes aux autres.

145 25 Mai

*Création*

Avant de lancer la création de votre site e-commerce, rédigez un cahier des charges. Un référentiel qui formalisera les objectifs à atteindre et les contraintes techniques et fonctionnelles de votre projet. Cela permettra de bien comprendre votre projet.

146 26 Mai

*Marketing*

Pour réussir à vendre, utilisez la méthode "AIDA" : **A**ttirer son attention, créer de l'**I**ntérêt pour votre offre, provoquer le **D**ésir et le pousser à l'**A**ction ! Vérifiez vos offres et compagnes pour voir si ces 4 éléments sont bien présents...

147 27 Mai

*Conversion*

Lorsque vous mettez en avant l'inscription à votre newsletter, pensez à indiquer la fréquence d'envoi à vos visiteurs ou, mieux encore, permettez leur de choisir la fréquence d'envoi qu'ils désirent (quotidienne, hebdomadaire, mensuelle...).

148 28 Mai

*Design*

Si ce n'est pas votre métier, n'essayez pas de faire le design de votre site. Même si le rendu est à votre goût, cela ne sera pas au niveau d'un professionnel et les clients ne seront pas rassurés par l'aspect visuel de votre site.

149 29 Mai

*Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du e-commerce ! Vous retrouverez, par exemple, sur le blog de WiziShop des interviews d'autres e-commerçants, des news, des dossiers thématiques et de nombreux conseils...

150 30 Mai

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, vérifiez plusieurs points sur vos formulaires. Les champs sont-ils bien regroupés grâce à la balise "Fieldset" ? Les balises "label" (titre de l'information à récupérer) sont-elles bien présentes ?

151 31 Mai

*Fiche produit*

Pour bien rédiger vos textes, notamment sur vos fiches produits, adoptez la technique de la pyramide inversée. Il faut commencer par la conclusion, apporter toutes les grandes idées dans le premier paragraphe et entrer dans le détail au fur et à mesure.

152 — 1er Juin

*Référencement*

Pour avoir une chance de percer sur Google, n'hésitez pas à confier votre référencement naturel à un professionnel. Il existe de très bons spécialistes tels que Blog-Ecommerce, Indixit, 3w-Online ou CibleWeb...

153 — 2 Juin

*Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du e-commerce ! Vous retrouverez, par exemple, sur le blog de Ludovic Passamonti de nombreux conseils, des retours d'expériences et des analyses dans le domaine de la vente en ligne.

154 — 3 Juin

*Liens sponsorisés*

Si vous débutez avec la publicité de type Google Adwords, n'investissez pas trop d'un coup. Allez-y progressivement, augmentez vos budgets petit à petit et seulement lorsque vous arrivez à avoir un retour sur investissement. Sinon la facture risque d'être vite salée !

155 — 4 Juin

*Conversion*

Pensez à enregistrer automatiquement le panier composé par votre client (au moins quelques jours). Il aura plus de facilité pour finaliser sa commande lors de sa prochaine visite ou s'il se déconnecte de votre boutique sans le vouloir.

156 — 5 Juin

*Fête*

A peine la fête des mères terminée qu'il faut maintenant se préparer pour la fête des pères qui tombe le 19 Juin ! Pensez à lancer une rubrique et des mises en avant spéciales. Les internautes feront leurs achats environ deux semaines avant. Soyez prêt à temps !

157 — 6 Juin

*Marketing*

Attention, si votre site vient de démarrer et qu'il n'a pas beaucoup de visiteurs, évitez les systèmes d'avis et de notation de produits car votre boutique en ligne paraîtrait trop vide ou trop récente. Cela peut faire peur à l'acheteur potentiel qui ne trouverait aucun avis.

158 — 7 Juin

*Blog*

Si vous avez un blog, soyez régulier dans vos publications. Il n'est pas possible d'avoir des idées d'articles tous les jours alors lorsque vous sentez venir l'inspiration, n'hésitez pas à écrire plusieurs billets. Vous les publierez plus tard !

159 — 8 Juin

*Veille*

Lorsque vous faites des recherches sur vos concurrents ou sur des produits, n'hésitez pas à affiner vos requêtes grâce aux opérateurs de Google (“”, -, filetype:, intitle:, etc.). Vous trouverez une liste des opérateurs et des exemples sur le site abondance.com.

160 — 9 Juin

*Statistiques*

Si vous utilisez Google Analytics depuis plusieurs mois et que vous n'utilisez pas le dernier script de suivi *Asynchrone*, pensez à mettre à jour votre site. Cette nouvelle balise de suivi est plus rapide et perfectionnée.

161 — 10 Juin

*Communication*

Pour un communiqué de presse réussi, pensez à ne jamais utiliser de discours ultra-commercial (“le meilleur produit” par exemple). Les journalistes cherchent des informations concrètes, les avantages du produit, des exemples d'utilisation.

162 — 11 Juin

*Design*

Si vous cherchez des images ou des photos pour illustrer votre site ecommerce, n'hésitez pas à consulter les photothèques telles que Fotolia, Pixmac, iStockphoto ou l'une des banques d'images gratuites listées sur le site weedle.

*http://www.weedle.fr/50-banques-dimages-gratuites/*

163 — 12 Juin

*Conversion*

Pensez à soigner vos pages de confirmation (inscription, achat, formulaires). Cette page de remerciement ne doit pas être négligée car c'est la dernière que votre client verra. Il faut qu'il garde un bon souvenir / ressenti de votre site.

164 — 13 Juin

*Fidélisation*

Il peut être tout à fait intéressant de générer automatiquement un bon d'achat si vous vous rendez compte que votre client ne fréquente plus votre site depuis plusieurs mois. Envoyez lui par email en lui disant à quel point il vous manque !

165 — 14 Juin

*Référencement*

Pendant trop d'années le PageRank (valeur de popularité créée par Google) a eu une place prédominante dans le discours des référenceurs. On sait aujourd'hui qu'il n'est qu'un paramètre parmi beaucoup d'autres. Inutile donc de se focaliser trop sur cette valeur.

166 — 15 Juin

*Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, vous pouvez, par exemple, détourner la fonction Forum pour en faire une plateforme de conseils ou de service après vente !

167 16 Juin

*Banque*

Si vous n'arrivez pas à obtenir de contrat VAD avec votre banque, commencez votre activité avec Paypal ou Moneybookers. Une fois que vous aurez fait vos preuves, retournez voir votre banquier. Son discours sera très différent !

168 17 Juin

*Marketing*

Si vous proposez un système d'avis sur votre boutique en ligne, ne commentez jamais vos produits sous de faux comptes. La supercherie serait trop voyante et les clients se méfieront de votre site.

169 18 Juin

*Liens sponsorisés*

Lorsque vous démarrez une campagne Google Adwords, commencez avec une enchère au clic plutôt haute pour que vos annonces soient bien placées et cliquées. Ensuite diminuez progressivement les enchères. Ne faites surtout pas l'inverse !

170 19 Juin

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, évitez l'ouverture de nouvelles fenêtres (ou pire, de pop-up !). Cette pratique peut être très perturbante pour certains utilisateurs, notamment mal voyants.

171 20 Juin

*Conversion*

Lors de l'inscription de votre client, pensez à lui proposer une adresse de livraison différente de son adresse de facturation. Bien entendu, il faut lui simplifier la vie et ne surtout pas l'obliger à rentrer les mêmes informations deux fois.

172 21 Juin

*Logistique*

Si vous proposez à vos clients la possibilité de retirer leur commande en magasin, pensez à leur demander un numéro de téléphone portable. Vous pourrez ainsi les prévenir par SMS dès que leur commande est prête.

173 22 Juin

*Comparateur de prix*

Vous pouvez exporter votre catalogue produit vers Google Shopping. Cela permettra peut être à vos produits d'apparaître directement dans les résultats de recherche de Google avec leur photo ! En plus, le service est gratuit...

174 23 Juin

*Fiche produit*

Pour bien rédiger vos textes, notamment sur vos fiches produits, créez des listes avec des puces. Elles seront très utiles pour pouvoir scanner le texte rapidement.

175 24 Juin

*Référencement*

Pensez à renommer chaque fichier image présent sur votre site par un nom pertinent (exemple : évitez les "IMG00851.jpg" et préférez "balle-rouge-chien.jpg"). Ce nom sera beaucoup plus instructif pour Google et les autres moteurs de recherche !

176 25 Juin

*Emailing*

Pour réussir vos emailing, faites de nombreux tests pour voir si votre création s'affiche bien. Attention, il ne faut pas faire confiance à la prévisualisation dans votre navigateur (IE, Firefox...) mais tester sur les webmails et les logiciels courants.

177 26 Juin

*Blog*

Pour connaître les statistiques détaillées des abonnés à votre blog (c'est à dire les personnes qui consultent votre flux RSS sans se connecter directement à votre blog), vous pouvez utiliser gratuitement le service de Google Feedburner.

178 27 Juin

*Marketing*

Attention, proposer un système de commentaires et de notes sur votre boutique (si celle-ci est très fréquentée) est très chronophage. Il faudra supprimer les spams, les commentaires désobligeants de vos concurrents jaloux, répondre aux messages…

179 28 Juin

*Mobile*

Il n'est pas conseillé d'avoir une application mobile dédiée pour un site e-commerce qui n'a pas une très grosse notoriété. Il vaut mieux privilégier un site optimisé plutôt que d'imposer le téléchargement d'une application à vos visiteurs.

180 29 Juin

*Fidélisation*

Pensez à informer votre client sur les différentes étapes de livraison de sa commande. Si vous avez un numéro de suivi de son colis, transmettez lui par email. Cela rassurera votre client et vous économiserez du temps de support.

181 30 Juin

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, gardez à l'esprit que le plus important est le choix de vos mots clés. Plus vous serez précis, plus vos visiteurs seront qualifiés. Testez régulièrement de nouveaux mots clés pour affiner vos campagnes.

182 — 1er Juillet

*Test*

Pour faire des tests sur votre site marchand, vous pouvez tout simplement demander à votre entourage de passer une commande sur votre site, devant vous. Choisissez de préférence des personnes qui ne s'y connaissent pas trop en informatique et notez leurs réactions.

183 — 2 Juillet

*Conversion*

Contrastez vos boutons d'action, notamment celui pour ajouter le produit au panier. Il ne faut pas que ce bouton soit dans les mêmes couleurs que votre site, il doit absolument ressortir. Le taux de conversion sera plus important.

184 — 3 Juillet

*Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, n'hésitez pas à créer des mini-jeux ou des concours via des applications. Une astuce consiste à inciter vos visiteurs à se rendre sur votre site marchand pour trouver la bonne réponse à votre concours !

185 — 4 Juillet

*Référencement*

Plus vous aurez de liens pertinents (c'est à dire de sites reconnus et en rapport avec votre activité) qui pointeront vers votre site, plus Google le considérera comme populaire. Cependant, évitez les échanges de liens réciproques que Google ne jugera pas naturels.

186 — 5 Juillet

*Fiche produit*

Pour bien rédiger vos textes, notamment sur vos fiches produits, adoptez le ton adéquat selon votre cible (décalé / sérieux / informatif / technique...).

187 — 6 Juillet

*Conversion*

N'hésitez pas à relancer par email les internautes qui ont abandonné leur commande. Dites leur que vous êtes à leur disposition si ils ont un problème avec leur commande et incitez les à finaliser l'achat.

188 — 7 Juillet

*Marketing*

Si vous proposez un système d'avis sur votre boutique en ligne, incitez vos clients à laisser un témoignage et une note quelques jours après leur achat en leur envoyant un email. Vous pouvez les convaincre en leur proposant un bon de réduction en échange !

189 — 8 Juillet

*Blog*

Si vous utilisez le service Google Feedburner pour votre blog, vous avez la possibilité de proposer à vos visiteurs de s'abonner par email. Très pratique pour tous ceux qui n'utilisent pas les flux RSS.

190 — 9 Juillet

*Design*

Sur la page d'accueil de votre site, il est intéressant de mettre de grandes illustrations animées ("slider"). Cela vous permettra d'afficher de façon graphique vos mises en avant. Voici quelques exemples de sliders : Design Your Way, Webdesigner Depot.

*Design Your Way : http://wizi.la/7e*

*Webdesigner Depot : http://wizi.la/7f*

191 — 10 Juillet

*Veille*

Faites de la veille thématique. Gardez toujours un oeil sur votre secteur d'activité. Pour cela, vous pouvez par exemple vous abonner aux listes de communiqué de presse ciblé (quelques sites : Categorynet, Diffusez.com, Communique de presse gratuit...).

192 — 11 Juillet

*Emailing*

Pour réussir vos emailing, n'utilisez pas que des images, votre email serait bloqué par les anti-spam. De préférence, essayez d'équilibrer la proportion entre texte et image et évitez d'employer des termes comme "Gratuit, promo, régime, shopping...".

193 — 12 Juillet

*Référencement*

Pour un bon référencement, le contenu est la principale clé. Ce contenu doit être unique (si vous faites un copier-coller d'une fiche produit d'un concurrent ou la description de votre fournisseur, cela ne vous amènera rien !) et mis à jour régulièrement.

194 — 13 Juillet

*Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du marketing ! Vous retrouverez, par exemple, sur le blog ConseilsMarketing.fr de nombreux conseils pour développer et fidéliser vos clients.

195 — 14 Juillet

*Marketing*

Étudiez le comportement de vos visiteurs. En compilant les informations de tous vos acheteurs vous pouvez en tirer des principes globaux. Par exemple, vous pouvez déterminer ce que la majorité des clients ont acheté avec tel produit et le leur proposer !

196 — 15 Juillet

*Conversion*

N'oubliez pas de rassurer vos visiteurs en affichant de manière visible les logos de vos prestataires (banque, transport, assurances...). La notoriété de ces grandes enseignes se répercutera ainsi sur votre boutique en ligne.

197 — 16 Juillet

*Conseil*

Si vous avez un magasin physique en plus de votre boutique en ligne, il peut être intéressant de placer une borne de commande dans votre commerce. Cette borne vous permettra de présenter l'ensemble de votre catalogue et promouvoir votre site marchand.

198 — 17 Juillet

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, vous pouvez télécharger gratuitement le logiciel Google Adwords Editor qui vous permettra de gérer vos campagnes publicitaires beaucoup plus facilement.

199 — 18 Juillet

*Fiche produit*

Les photos sont primordiales, n'hésitez pas à proposer entre 2 et 6 photos de votre produit pour que le visiteur l'admire sous tous les angles.

200 — 19 Juillet

*Conversion*

Lors du processus de commande, pensez à mettre en avant tous vos engagements et vos garanties (livraison, paiement sécurisé, service client, retour marchandise, etc.). Cela augmentera votre taux de conversion.

201 — 20 Juillet

*Juridique*

Légalement, en cas de rétractation de votre client dans les 7 jours, vous devez lui rembourser la totalité des sommes qu'il a versées. Cela inclut donc les frais d'envoi initiaux. Les frais de retours restent à la charge du client.

202 — 21 Juillet

*Fiche produit*

Si vous présentez des vidéos de vos produits sur votre site marchand, pensez à permettre à vos visiteurs de partager cette vidéo sur leur blog ou leurs réseaux sociaux. De même, n'oubliez pas d'insérer le nom de votre site sur la vidéo pour profiter de ce bouche à oreille.

203 — 22 Juillet

*Accessibilité*

Pour améliorer l'accessibilité de votre site, utilisez des formats de fichiers standards. Ne mettez pas des fichiers .DOC sur votre site par exemple, préférez toujours des formats standards que tout le monde pourra ouvrir et consulter facilement tel qu'un PDF.

*http://www.adobe.com/fr/products/reader.html*

204 — 23 Juillet

*Emailing*

Pour réussir vos emailing, pensez à ne jamais imbriquer des tableaux plus de 3 fois. La structuration de votre HTML serait trop complexe et pourrait être mal interprétée par les logiciels. De plus, cela peut être perçu comme du spam.

205 — 24 Juillet

*Référencement*

Google aime les sites qui évoluent, qui vivent... Pensez à mettre à jour régulièrement votre page d'accueil et vos pages d'information. Bien entendu, essayez également de renouveler votre catalogue produit le plus souvent possible.

206 — 25 Juillet

*Test*

Pour faire des tests d'ergonomie sur votre site marchand, il peut être utile d'analyser les mouvements oculaires de vos visiteurs ("Eye Tracking"). Des experts tels que Altics ou Miratech peuvent mettre en place cette méthode d'évaluation.

207 — 26 Juillet

*Veille*

Faites de la veille thématique. Grâce à Google Actualités, vous pouvez créer des alertes sur des termes précis. Vous recevrez alors un email automatiquement lorsqu'un nouvel article portant sur ce thème (produit, concurrent, secteur d'activité) est publié.

208 — 27 Juillet

*Conversion*

Essayez, si possible, d'adapter le site aux supports de lecture. Par exemple, vous pouvez optimiser l'affichage de votre site marchand pour la navigation tactile sur Smartphone ("m-commerce") en simplifiant l'interface et en grossissant vos boutons.

209 — 28 Juillet

*Blog*

Si vous proposez sur votre blog, en parallèle de votre site marchand, un flux RSS, évitez d'y couper vos articles. Certaines personnes préfèrent lire les articles dans un logiciel dédié sans passer par le blog. Ne les frustrez pas !

210 — 29 Juillet

*Marketing*

Pensez à offrir les frais de port à partir d'un certain montant. N'oubliez pas de rappeler à votre client (dans son panier) combien il lui reste d'achat à effectuer avant de bénéficier des frais de port gratuits. Cette technique augmentera le montant du panier moyen.

211 — 30 Juillet

*Référencement*

Pour arriver à bien référencer votre site e-commerce, commencez par analyser vos principaux concurrents sur les termes que vous visez. Étudiez leur structure, les sites qui pointent vers eux, leurs optimisations... Et réadaptez tout cela à votre sauce !

212 — 31 Juillet

*Liens sponsorisés*

Si vos campagnes Google Adwords ne donnent pas de bons résultats, n'hésitez pas à les arrêter et à les refaire. Repartez depuis le début et passez plus de temps à réfléchir à votre stratégie. N'hésitez pas à vous faire aider par un professionnel.

213 1er Août

### *Statistiques*

Si vous utilisez Google Analytics, pensez à tracer chacune de vos campagnes en ajoutant des informations à la fin de vos liens. Pour cela vous pouvez utiliser l'outil de création de lien de Google ou le service de WebRankInfo.

214 2 Août

### *Fiche produit*

N'hésitez pas à mettre en scène votre produit afin de dégager une caractéristique importante (exemple : un lecteur MP3 dans une main pour se rendre compte de sa taille).

215 3 Août

### *Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du e-commerce et du référencement. Vous retrouverez, par exemple, sur le blog Buzzinessman de nombreux conseils pour améliorer votre visibilité sur les moteurs de recherche et développer vos ventes.

216 4 Août

### *Conversion*

Les internautes sont habitués à retrouver leur panier en haut à droite des différents sites marchands. Privilégiez donc cet emplacement afin de ne pas les perturber avec le risque de faire chuter votre taux de transformation !

217 5 Août

### *Marketing*

Sur les produits de votre catalogue dont le prix permet de bénéficier directement de la livraison gratuite (ils dépassent le seuil fixé), indiquez le de façon très visible sur la fiche produit (par exemple "Livraison gratuite !").

218 6 Août

### *Design*

Pour vous aider à trouver les bonnes couleurs pour votre site ecommerce, il existe des outils en ligne capable de vous fournir des palettes ou idées : Colour lovers, Color Scheme Designer ou 0to255...

219 7 Août

### *Référencement*

Travaillez vos liens internes. Optimisez-les afin de faciliter la navigation de Google sur vos différentes pages. Surtout, veillez à ce que tous les liens aient du sens (pas de "cliquez ici" mais des descriptions claires et compréhensibles).

220 8 Août

### *Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à tester les heures et les jours d'affichage de vos publicités. Peut être sera t-il pertinent de diminuer ces enchères le soir ou de mettre en veille ces campagnes pendant le week-end...

221 9 Août

### *Conversion*

Sur vos fiches produits, assurez vous que le bouton "*Ajouter au panier*" soit au dessus de la ligne de flottaison, c'est à dire assez haut pour être visible immédiatement sans avoir besoin de scroller la page.

222 10 Août

### *Marketing*

Pour améliorer votre relation client et augmenter votre taux de transformation, avez-vous pensé à installer une solution de chat sur votre boutique en ligne ? Vous pouvez par exemple essayer iAdvize pour répondre en direct aux questions de vos visiteurs.

223 11 Août

### *Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, pensez à proposer des bons de réduction exclusivement réservés à vos "fans". Cela vous permettra d'augmenter rapidement le nombre d'inscrits.

224 12 Août

### *Fiche produit*

Proposez et affichez de grandes photos avec un système de zoom qui permette à votre visiteur de "toucher" virtuellement votre produit.

225 13 Août

### *Conversion*

Les premières pages à optimiser dans votre site afin d'obtenir un meilleur taux de transformation sont les pages qui reçoivent le plus de visiteurs. Vous pourrez obtenir la liste de ces pages dans votre outil de statistiques (exemple : Google Analytics).

226 14 Août

### *Emailing*

Pour réussir vos emailing, ne mettez pas de lien sur une URL ou une adresse email. Tous les logiciels de messagerie et les webmails ajoutent un lien directement pour l'utilisateur. Cela permet d'éviter que son email tombe dans les spams.

227 15 Août

### *Fidélisation*

Avez-vous pensé à mettre en place un système de parrainage entre vos clients ? Vous pouvez développer le bouche à oreille en proposant à vos clients de gagner un bon de réduction ou un avantage à chaque fois qu'un nouveau client commande grâce à eux !

228 16 Août

### *Liens sponsorisés*

Vous pouvez coupler votre compte Google Adwords et votre compte Google Shopping (le moteur de shopping gratuit de Google). Cela vous permettra de faire des annonces directement en provenance de votre catalogue produit !

229 17 Août

### *Référencement*

L'un des principaux enjeux pour avoir un bon référencement naturel est d'obtenir des liens vers son site. Faites en sorte que tous les liens ne pointent pas uniquement vers votre page d'accueil mais aussi sur vers des pages et rubriques importantes.

230 18 Août

### *Blog*

Sur votre blog, pensez toujours à rédiger du contenu original. Rien ne sert de reprendre un article vu ailleurs, cela ne vous apportera rien. A vous de trouver un sujet original ou d'adapter un article existant à votre sauce.

231 19 Août

### *Paiement*

Si votre panier moyen est élevé et que vous avez plus d'un an d'ancienneté, vous pouvez proposer à vos clients Receive&Pay, un système de paiement à la réception de la commande. Cela vous permettra d'augmenter votre taux de transformation.

232 20 Août

### *Conseil*

Soyez patient ! Le temps jouera en votre faveur (référencement, fidélisation, notoriété...) mais il est vrai que les premiers mois sont durs. Ne vous lancez pas en pensant que votre site sera rentable dans les 6 premiers mois...

233 21 Août

### *Veille*

Surveillez votre visibilité dans les médias. Tous les supports de communication doivent être surveillés (radio, presse, télévision, forums de discussion, réseaux sociaux...). Des entreprises spécialisées peuvent vous aider : Synthesio, Winello, lesitemarketing...

234 22 Août

### *Conversion*

Prenez du recul sur les demandes de vos clients formulés par email, téléphone ou par chat. Si des questions reviennent trop régulièrement il faut sans doute améliorer les informations sur votre site ou les rendre plus visibles.

235 23 Août

### *Référencement*

Il existe de nombreux outils gratuits pour vous aider à contrôler votre positionnement dans les moteurs de recherche. Par exemple : Positeo, WebRankChecker ou l'outil de WebRankInfo.

236 24 Août

### *Fiche produit*

N'hésitez pas à retoucher vos photos (colorimétrie, contraste, etc.). Il existe des logiciels gratuits comme Paint.NET ou des applications en ligne (sans installation de logiciel) tel que Pixenate.

237 25 Août

### *Emailing*

Si vous utilisez une animation GIF dans votre emailing, pensez à faire débuter votre animation (première image) par une image qui a du sens (ne commencez pas sur du blanc par exemple) car certains logiciels comme Outlook bloquent les animations.

238 26 Août

### *Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à créer plusieurs variantes de vos annonces. Testez des formulations différentes et osez certaines fantaisies. Si le taux de clic n'est pas bon, désactivez la variante et recommencez sur une autre piste !

239 27 Août

### *Piège*

Ne mettez pas de la pub sur votre site e-commerce. Vous ne gagnerez pratiquement rien et enverrez vos visiteurs vers vos principaux concurrents !

240 28 Août

### *Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, vous pouvez, par exemple, organiser des ventes-flash réservées uniquement à vos fans. Cela vous permettra d'augmenter rapidement le nombre d'inscrits.

241 29 Août

### *Juridique*

Les conditions générales de ventes sont obligatoires sur votre site marchand. Certaines mentions sont indispensables : les différentes étapes à suivre pour conclure le contrat, les moyens techniques permettant de corriger les données, les langues proposées...

242 30 Août

### *Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à créer une annonce pour communiquer sur votre marque. Il vaut mieux étudier ses performances à part car leur taux de conversion sera supérieur aux autres campagnes et risque de fausser vos statistiques.

243 31 Août

### *Design*

Pour trouver l'inspiration, vous pouvez visiter régulièrement le site ecommr qui propose des centaines d'éléments et d'interfaces de site e-commerce.

244 — 1er Sept.

*Conversion*

Étant donné que vos visiteurs peuvent arriver directement sur la fiche d'un produit ou sur une page informative en particulier, pensez à mettre en avant vos différents atouts sur toutes les pages de votre site. Personne ne doit les louper !

245 — 2 Sept.

*Référencement*

Afin d'estimer correctement vos résultats en terme de référencement naturel, vous pouvez comparer votre trafic à vos principaux concurrents. Souvent utilisé, l'outil Alexa n'est pas très précis. Testez plutôt Quantcast ou Google Trends for Websites.

246 — 3 Sept.

*Blog*

Sur votre blog, pensez à rendre vos articles lisibles pour la lecture sur écran : utilisez des images, des listes, de courts paragraphes et de la mise en forme simple (gras, italique).

247 — 4 Sept.

*Conversion*

Indiquez clairement à votre client que vous avez pris en compte son ajout au panier (changement graphique, confirmation, etc.). Rien de plus désagréable que de se demander si le bouton a fonctionné ou pas.

248 — 5 Sept.

*Affiliation*

Pensez à tester une campagne d'affiliation en faveur de votre site marchand. Les sites partenaires pourront alors diffuser votre publicité et vous les rémunérerez en fonction des ventes qu'ils vous apporteront. Quelques régies : WiPub, Tradedoubler, Affilies, Zanox...

249 — 6 Sept.

*Fiche produit*

N'hésitez pas à retoucher vos photos (colorimétrie, contraste, etc.). Il existe des professionnels spécialisés tels que YouPhoto ou Detourer.com.

250 — 7 Sept.

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, préférez les enchères manuelles plutôt que les automatiques. Certes, c'est plus complexe à prendre en main mais cela vous donnera beaucoup plus de liberté pour atteindre vos objectifs.

251 — 8 Sept.

*Marketing*

Avez-vous pensé à faire une campagne de SMS-mailing. Les SMS sont très intrusifs (attention à ne surtout pas en abuser) mais permettent de toucher efficacement vos clients. Vous pouvez leur transmettre un code de réduction par exemple.

252 — 9 Sept.

*Conversion*

Pour améliorer ses taux de conversion, vous pouvez lire l'excellent livre de Serge Roukine "Améliorer ses taux de conversion Web" (édition Eyrolles).

253 — 10 Sept.

*Référencement*

Pour comprendre ce que les robots de Google et des autres moteurs de recherche voient sur votre site, n'hésitez pas à essayer des outils gratuits tels que SEO Browser ou le module Firefox User Agent Switcher.

254 — 11 Sept.

*Réseaux sociaux*

Si vous êtes déjà présent sur Facebook, vous pouvez aller encore plus loin en proposant une mini-boutique directement sur votre page Facebook ! Boosket ou Lengow proposent des applications de ce type.

255 — 12 Sept.

*Salon*

Du 13 au 15 Septembre, le salon E-commerce Paris 2011 se tiendra dans le hall 7.3 à la Porte de Versailles. N'hésitez pas à y faire un tour pour rencontrer les principaux acteurs du secteur (dont WiziShop !) et assister aux nombreuses conférences.

256 — 13 Sept.

*Conversion*

Lorsque le client ajoute un produit, évitez de le renvoyer sur votre page panier immédiatement. Peut-être que votre client souhaite continuer ses achats alors autant l'encourager en lui demandant s'il souhaite ajouter d'autres produits ou finaliser sa commande.

257 — 14 Sept.

*Emailing*

Pour réussir vos emailing, pensez à toujours envoyer une version texte de votre email (multipart) pour assurer sa bonne lisibilité sur tous les logiciels de messagerie (par exemple sur un blackberry).

258 — 15 Sept.

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, incluez, dans vos annonces, une invitation à effectuer une action, telle que *achetez*, *commandez* ou *demandez*. Cela augmente généralement le taux de clic.

259 — 16 Sept.

*Blog*

Vous pouvez soumettre les articles de votre blog sur des sites où les visiteurs votent pour leurs articles préférés (“digg-like”). Parmi les plus connus en France : Scoopeo, TapeMoi ou Fuzz...

260 — 17 Sept.

*Juridique*

Attention à la mise en conformité juridique de votre site marchand. N’hésitez pas à vous faire aider par des professionnels pour la rédaction de vos conditions générales de vente et de vos mentions légales.

261 — 18 Sept.

*Affiliation*

Si vous lancez une campagne d’affiliation, pensez à proposer de nombreux formats publicitaires à vos affiliés (468x60, 728x90, 300x250, 250x250, 120x600 ou 160x600 par exemple). Cela facilitera le travail d’intégration de vos sites partenaires.

262 — 19 Sept.

*Fiche produit*

Pour la prise de vue de vos produits, vous pouvez acheter votre propre mini studio photo prémonté tel que PackShot Creator ou Luxilon.

263 — 20 Sept.

*Référencement*

Les URLs de vos pages sont amenées à changer au cours de la vie de votre site. Mais certains sites externes peuvent pointer vers des pages 404. Pour repérer ces liens et ajouter une redirection de type 301, vous pouvez utiliser Virante’s PageRank Recovery.

264 — 21 Sept.

*Piège*

Surtout, n’ouvrez pas vos fiches produits ou des pages importantes de votre site dans une pop-up. Vous y perdrez en accessibilité, au point de vue du référencement et au niveau du bouche à oreille !

265 — 22 Sept.

*Réseaux sociaux*

Si vous avez une page Facebook, n’hésitez pas à lui appliquer les mêmes règles de référencement que pour votre site e-commerce. Obtenez des liens externes vers votre page, travaillez vos mots clés, soignez vos liens internes...

266 — 23 Sept.

*Communication*

Pour un communiqué de presse réussi, pensez à employer un langage courant, accessible à tous. Évitez les termes trop techniques, faites attention à l’orthographe et tournez toutes vos phrases à la 3ème personne.

267 — 24 Sept.

*Conseil*

N’attendez pas d’avoir un site e-commerce parfait pour vous lancer. De toute manière la perfection n’existe pas ! Plus vite vous vous lancerez, plus vous aurez de chance de réussir. Profitez des premiers retours pour optimiser votre site et améliorez le sans cesse...

268 — 25 Sept.

*Conversion*

A la fin du processus de commande ou lors d’un contact via un formulaire, n’affichez pas de page de remerciement toute simple. Cette page est l’occasion de promouvoir certains produits ou de renvoyer votre visiteur vers d’autres rubriques du site.

269 — 26 Sept.

*Référencement*

Sur vos pages de catégories / listes de produits, pensez à mettre un court paragraphe d’explication en y incorporant quelques mots clés importants. Cela pourra être très bénéfique pour votre référencement naturel.

270 — 27 Sept.

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, insérez vos mots clés dans le titre, le contenu, voire même dans l’URL de vos annonces. Ils apparaîtront en gras et feront ressortir vos annonces parmi les autres.

271 — 28 Sept.

*Blog*

Soignez les titres de vos articles sur votre blog. Il faut qu’ils puissent se détacher du lot alors n’hésitez pas à susciter la curiosité de vos lecteurs, utiliser des chiffres ou montrer votre expérience dans le domaine (“Comment j’utilise le produit XXXX”).

272 — 29 Sept.

*Accessibilité*

Évitez les écritures claires sur des fonds de pages foncées, la lecture est plus fatiguante pour les internautes. Privilégiez l’inverse (fond clair, écriture foncée) avec le maximum de contraste possible.

273 — 30 Sept.

*Design*

Pensez à personnaliser votre page d’erreur 404. Vos visiteurs doivent pouvoir revenir sur la page d’accueil du site. Vous pouvez également faire une page assez originale, voici quelques sources d’inspiration sur Smashing Magazine 1, 2 et 3.

*1 : http://wizi.la/76* *2 : http://wizi.la/77*
*3 : http://wizi.la/78*

# 365 conseils e-commerce pour 2011

274
1er Oct.

*Référencement*

Pour déterminer le potentiel de trafic d'un mot clé et son évolution au cours du temps ou selon une région donnée, vous pouvez utiliser les outils Google Insights et Trendistic (données basées sur Twitter).

275
2 Oct.

*Fiche produit*

Pour la prise de vue de vos produits, vous pouvez créez votre propre studio photo. Il suffit d'être bricoleur et un peu débrouillard.
Voir notre fiche pratique
*http://wizi.la/74*

276
3 Oct.

*Conversion*

Pour simplifier le processus de commande et notamment les saisies, vous pouvez proposer des aides aux remplissages tel que ReversoForm, un service qui complète le formulaire grâce à l'annuaire inversé (le client n'a qu'à remplir le champ téléphone).

277
4 Oct.

*Paiement*

Vous n'êtes pas obligé d'utiliser le terminal de paiement fourni par votre banque. Vous pouvez utiliser des outils plus puissants et souples (et certaines fois plus économiques !) tels que Paybox, Payline ou Ogone.

278
5 Oct.

*Emailing*

Pour réussir vos emailing, pensez à fournir une adresse de réponse dans chacune de vos communications. Les internautes ont l'habitude d'appuyer directement sur "répondre" et poser leurs questions. Une adresse de type "no-reply" peut vous coûter des ventes !

279
6 Oct.

*Liens sponsorisés*

Pour la rédaction de vos annonces publicitaires de type Google Adwords, soyez précis et concis. Insérez dès le début les informations les plus pertinentes relatives à votre activité. Il faut séduire l'internaute dès le premier coup d'oeil.

280
7 Oct.

*Blog*

Si vous avez un blog, n'hésitez pas à découper vos longs articles en plusieurs parties. Cela suscitera l'intérêt de vos lecteurs qui auront hâte de découvrir la suite !

281
8 Oct.

*Référencement*

Pour comparer le nombre de liens pointant vers votre site et ceux de vos concurrents, vous pouvez utiliser gratuitement l'outil Majestic SEO ou le module Firefox Link Diagnosis.

282
9 Oct.

*Réseaux sociaux*

Pour votre communication, vous utilisez peut être plusieurs réseaux (votre site, un blog, Twitter, Facebook, etc.). N'oubliez pas de faire la promotion de vos différents contenus dans chaque réseau. Liez un maximum vos différentes opérations.

283
10 Oct.

*Piège*

Ne jamais penser qu'un site tout en Flash, animé et très joli vendra plus qu'un site classique. Vous vous pénaliserez à cause du temps de chargement, d'un référencement plus difficile dans les moteurs de recherche et d'une ergonomie trop éloignée des standards !

284
11 Oct.

*Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du e-commerce. Vous retrouverez, par exemple, sur le blog Info-ecommerce de nombreuses informations sur la vente en ligne et des astuces pour réussir.

285
12 Oct.

*Affiliation*

Si vous avez une campagne d'affiliation en cours, regardez régulièrement les statistiques de chaque affilié. Si vous remarquez qu'un affilié n'est plus actif, demandez lui les raisons et voyez comment améliorer vos campagnes avec lui.

286
13 Oct.

*Création*

Avant de lancer la création de votre site e-commerce, il est utile de créer une maquette fonctionnelle (ou "wireframe"). Ce document schématique permet d'avoir un premier aperçu de votre futur site. Il est au web ce que le storyboard est au film...

287
14 Oct.

*Référencement*

Pour améliorer votre référencement naturel sur Google, vous pouvez lire l'excellent livre d'Olivier Andrieu "Réussir son référencement web" (édition Eyrolles).

288
15 Oct.

*Fidélisation*

Ne négligez jamais vos relations avec vos clients. Essayez de répondre rapidement aux messages qu'ils vous envoient ou, à défaut, donnez leur un délai de réponse très précis.

289 — 16 Oct.

### Emailing

Pour réussir vos emailing et ne pas tomber dans les spams, pensez à faire le ménage régulièrement dans votre base de données. Nettoyez en priorité les hard bounces (emails qui n'existent pas ou plus). Cela vous fera également économiser sur les frais de routage !

290 — 17 Oct.

### Salon

Du 18 au 20 Octobre, n'hésitez pas à vous rendre au Salon de la VAD (vente à distance) de Lille. Vous pourrez y rencontrer de nombreux exposants et assister à des conférence sur tous les thèmes de la distribution multicanal.

291 — 18 Oct.

### Création

Si vous souhaitez créer une maquette fonctionnelle (ou "wireframe") de votre futur site, n'hésitez pas à utiliser des logiciels spécialisés tels que Balsamiq Mockup, Pencil ou Axure. Mais une feuille et un crayon feront également l'affaire !

*Pencil : https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/8487/*

292 — 19 Oct.

### Statistiques

En complément de vos logiciels de statistiques classiques, vous pouvez tester d'autres outils pour améliorer votre ergonomie. Par exemple Crazyegg qui vous permet de visualiser les clics de vos visiteurs ou Picnet et Fen-GUI qui vous permettent d'étudier leurs mouvements.

293 — 20 Oct.

### Liens sponsorisés

Pour la rédaction de vos annonces publicitaires de type Google Adwords, n'utilisez pas les majuscules de façon excessive. Vous pouvez toutefois décider de mettre en majuscule la première lettre de chaque mot composant votre annonce.

294 — 21 Oct.

### Référencement

Si vous faites de nombreuses redirections ou si vous appliquez de la réécriture d'URL sur votre site e-commerce, il peut être nécessaire de contrôler quel code HTTP est renvoyé par le serveur. L'outil Web Sniffer vous simplifiera la tâche !

295 — 22 Oct.

### Blog

Si vous avez un blog, n'hésitez pas à annoncer à l'avance vos futurs projets ou vos idées d'articles. Cela fidélisera vos lecteurs et permettra peut être d'augmenter les abonnements à votre flux RSS.

296 — 23 Oct.

### Veille

Pour faire une veille efficace, abonnez vous à de nombreuses sources grâce aux flux RSS (*Really Simple Syndication*). Le but étant de pouvoir lire toutes ces sources dans un seul et unique logiciel ou service en ligne (exemple : Google Reader, Netvibes).

297 — 24 Oct.

### Fiche produit

Pour la prise de vue de vos produits, n'hésitez pas à contacter un photographe professionnel près de chez vous. Vous pouvez en trouver un facilement sur Bepub par exemple.

298 — 25 Oct.

### Design

Pour trouver l'inspiration pour le design de votre site ecommerce, regardez régulièrement les sélections que l'on peut trouver par exemple sur Smashing Magazine (1, 2 ou 3) ou sur Designrfix.

*1 : http://wizi.la/6r* *2 : http://wizi.la/6s*
*3 : http://wizi.la/6t* *Designrfix : http://wizi.la/6q*

399 — 26 Oct.

### Conversion

Il peut arriver que vos clients souhaitent envoyer leur commande à une autre personne, pour l'offrir en cadeau. Pensez à leur proposer du papier cadeau et la possibilité de mettre un message dans le colis, sinon, ils iront commander chez votre concurrent !

300 — 27 Oct.

### Référencement

Pour en savoir plus sur le référencement naturel, n'hésitez pas à suivre des formations dans des organismes dédiés ou directement sur Internet et en vidéo sur des sites spécialisés comme Tuto.com. *Tuto : http://wizi.la/6u*

301 — 28 Oct.

### Blog

Si vous avez un blog, n'hésitez pas à vous imposer des "rituels". Vos lecteurs aimeront ça. Par exemple, sur le blog de WiziShop, une revue de presse des articles les plus intéressants sur le e-commerce est proposé tous les lundis !

*http://wizi.la/7g*

302 — 29 Oct.

### Fiche produit

Intégrer une vidéo pour chacun de vos produits les plus populaires peut vous permettre de booster vos ventes. La visite est plus ludique, l'acheteur plus attentif et c'est un bon moyen de se différencier de ses concurrents !

303 — 30 Oct.

### Communication

Pour un communiqué de presse réussi, pensez à utiliser des images (photos de vos produits, mises en situation, etc.) et votre logo. Cela aura plus d'impact ! Vous pouvez d'ailleurs proposer aux journalistes de recevoir les photos HD pour illustrer leurs articles.

304 — 31 Oct.

### Réseaux sociaux

Si vous avez un compte Twitter, pensez à personnaliser l'image de fond de votre compte, elle peut vous permettre d'afficher plus d'informations (logo, description plus détaillée, images de produits, etc.).

305 1er Nov.

*Liens sponsorisés*

Lorsque vous mentionnez un prix, une remise ou une offre spéciale dans une annonce publicitaire de type Google Adwords, vérifiez bien que celle-ci est clairement présentée sur la page de destination.

306 2 Nov.

*Emailing*

Pour être sûr que le plus grand nombre reçoive bien vos emailing, passez par des services de routage professionnels tels que MailChimp, Emailvision, Message Business ou Sarbacane.

307 3 Nov.

*Référencement*

En terme de référencement naturel, il vaut mieux se placer sur 10 000 combinaisons de mots clés très spécifiques (combinaison de 3, 4 ou 5 mots) plutôt que de viser 10 mots clés très concurrentiels. C'est ce que l'on appelle la "longue traîne".

308 4 Nov.

*Blog*

Si vous avez un blog, un bon moyen pour le promouvoir est de laisser régulièrement des commentaires (intéressants) sur d'autres blogs de votre secteur. Les lecteurs des autres blogs vous repèreront et iront alors visiter votre site.

309 5 Nov.

*Fiche produit*

Si vous proposez des vidéos de vos produits, ne vous occupez pas de l'hébergement, passez par des services gratuits tels que Youtube, Dailymotion ou Vimeo.

310 6 Nov.

*Veille*

Wikio est un portail d'information qui recense, notamment, tous les articles publiés sur des blogs. C'est donc un outil très pratique pour effectuer votre veille thématique ! Vous pouvez notamment faire une recherche et vous abonner au flux RSS correspondant...

311 7 Nov.

*Conversion*

Ne demandez pas trop d'informations à votre client (nombre d'enfants, centres d'intérêt, etc.) dans sa phase d'achat. Gardez à l'esprit que le client vient sur Internet pour gagner du temps. Au contraire, ne demandez que le strict nécessaire.

312 8 Nov.

*Conseil*

Pour en savoir plus sur le e-commerce, vous pouvez également trouver des livres spécialisés. Par exemple, les Echos ont publié le livre "Développer son activité e-commerce" (édition Nathan).

313 9 Nov.

*Juridique*

N'oubliez pas de mettre à la disposition de vos visiteurs certaines mentions légales comme le nom de l'hébergeur, son adresse et son numéro de téléphone, le nom du directeur de la publication, votre raison sociale, le numéro RCS, l'adresse et le capital social.

314 10 Nov.

*Fiche produit*

Si l'un de vos produits est disponible en plusieurs coloris, n'oubliez pas de mettre une photo différente pour chaque couleur. Si votre visiteur n'a pas accès à la photo, il ne le commandera pas !

315 11 Nov.

*Statistiques*

Si vous utilisez un système de statistiques payant, conservez tout de même un compte Google Analytics au cas où. Si vous décidez d'arrêter l'autre service, vous pourrez ainsi retrouver toutes vos données archivées sur Analytics.

316 12 Nov.

*Fiche produit*

Si vous vendez des vêtements ou des accessoires de mode sur votre site, pensez à inclure un guide des tailles sur chaque fiche produit. Cela augmentera le taux de transformation mais surtout diminuera le taux de retours.

317 13 Nov.

*Liens sponsorisés*

Pour la rédaction de vos campagnes Google Adwords, vous pouvez utiliser la balise KEYWORD pour personnaliser vos annonces. Cette balise sera remplacée automatiquement dans votre annonce par le mot clé tapé par l'internaute.

318 14 Nov.

*Référencement*

Pour améliorer votre référencement naturel, vous pouvez créer votre propre agence de presse gratuitement (sur Agence-Presse par exemple). Les articles remonteront rapidement dans Google et peuvent vous permettre d'obtenir plus de visibilité.

319 15 Nov.

*Fiche produit*

Si vous réalisez des vidéos de présentation de vos produits, il existe des logiciels gratuits pour le montage de vos vidéos (VirtualDub par exemple) ou des applications en ligne (JayCut par exemple).

320 — 16 Nov.

*Fête*

La période de Noël a commencé, c'est le Rush pour tous les e-commerçants. Sachez que le "Cyber Monday" (c'est à dire le jour où vous aurez le plus de commandes) tombe le 28 Novembre. Organisez-vous et préparer le stock en conséquence !

321 — 17 Nov.

*Paiement*

Pour éviter les commandes frauduleuses et le coût des impayés, vous pouvez opter pour un système d'analyse des commandes tel que Fia-Net, un système mutualisé de détection de la fraude par CB.

322 — 18 Nov.

*Blog*

Si vous avez un blog, il est important d'inviter régulièrement vos lecteurs à participer via les commentaires. Demandez leurs avis ou leurs suggestions et incitez les à réagir à la fin de vos articles.

323 — 19 Nov.

*Design*

Pour trouver l'inspiration pour le design de votre site ecommerce, regardez régulièrement les sélections que l'on peut trouver par exemple sur Vandelaydesign, Designm.ag ou Cart Craze.

*Vandelaydesign : http://wizi.la/7h*

*http://designm.ag/inspiration/e-commerce-sites/*

324 — 20 Nov.

*Communication*

Pour que votre communiqué de presse soit lu par les journalistes, pensez à soigner tout particulièrement son titre. C'est le premier élément que le journaliste va voir alors il faut qu'il soit percutant, direct et relativement court.

325 — 21 Nov.

*Réseaux sociaux*

Si vous avez un compte Twitter pour votre boutique en ligne, vous pouvez l'utiliser pour vous simplifier la relation client (support, demande d'information...). Notez votre pseudo sur le site en plus de votre numéro de téléphone ou de votre adresse email.

326 — 22 Nov.

*Veille*

Pensez à suivre les dernières publications de la Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance (FEVAD). Elle a pour mission de représenter l'ensemble des acteurs du e-commerce, de les accompagner et de promouvoir le développement du secteur.

327 — 23 Nov.

*Paiement*

Le 3D Secure (dispositif anti-fraude proposé par toutes les grandes banques) entraîne une chute importante du taux de conversion. N'hésitez pas à insister auprès de votre banquier pour le désactiver.

328 — 24 Nov.

*Marketing*

Mettez en avant vos promotions en affichant clairement la réduction (soit en euro, soit en %). Selon les produits, 20€ de réduction ou 20% de réduction n'auront pas le même impact. Testez les deux pour savoir quelle est la meilleure présentation pour votre site.

329 — 25 Nov.

*Conversion*

Vous pourrez pratiquement rattraper une commande sur quatre en appelant les prospects qui ont abandonné leurs paniers. Concentrez vous uniquement sur les gros montants pour que cela soit rentable et proposez votre aide par téléphone.

330 — 26 Nov.

*Emailing*

Essayez de segmenter un maximum votre mailing list afin de cibler vos communications. Pour cela, vous pouvez utiliser des critères géographiques, l'âge de vos clients ou les thématiques de produit qu'ils commandent.

331 — 27 Nov.

*Liens sponsorisés*

Avec Google Adwords ou des régies comme Criteo il est possible de faire des publicités de "remarketing". Un cookie est placé sur l'ordinateur de votre visiteur et vous pouvez ainsi lui afficher une publicité ciblée (le produit qui l'intéresse) sur d'autres sites !

332 — 28 Nov.

*Fiche produit*

Pour présenter de petits objets (parmi vos meilleures ventes), pensez à une petite animation en 3D afin de découvrir vos produits sous tous leurs angles ! Cela vous démarquera fortement de vos concurrents.

333 — 29 Nov.

*Blog*

Si vous avez un blog et que vous écrivez un article sur un ou plusieurs de vos produits, n'oubliez pas de mettre le lien vers la fiche de votre site e-commerce pour permettre à vos lecteurs d'acheter directement le produit en question !

334 — 30 Nov.

*Juridique*

Attention à bien modérer les avis de vos clients, les écrits de vos visiteurs peuvent être retenus contre vous dans un cadre juridique (diffamation, violation des droits d'auteur, etc.).

# 365 conseils e-commerce pour 2011

335 — 1er Déc.

*Marketing*

Pour présenter vos ventes croisées (“Cross-selling”), testez des intitulés qui mettent en scène vos autres visiteurs. Cette formulation est plus percutante (exemple : “Les clients qui ont acheté ce produit ont également acheté...”).

336 — 2 Déc.

*Communication*

Pour un communiqué de presse réussi, structurez-le de la sorte : un titre mis en évidence, un chapô qui résume l’information, l’information principale (utilisez des titres et des paragraphes) et un pied qui contient une section “à propos” et vos coordonnées.

337 — 3 Déc.

*Blog*

Si vous avez un blog, il est préférable de modérer les commentaires après-coup. Si le visiteur ne voit pas son message apparaître immédiatement, il risque d’être frustré ou de penser que vous avez l’habitude de censurer les propos...

338 — 4 Déc.

*Référencement*

Pensez à rediriger (redirection de type 301) votre nom de domaine vers votre www. ou votre sous-domaine (exemple : http://votrenom.com -> http://www.votrenom.com). Sinon les deux URLs seront considérées comme deux sites différents.

339 — 5 Déc.

*Fiche produit*

Si le produit s’y prête, vous pouvez opter pour une mise en situation 3D de votre produit (exemple : une cabine d’essayage virtuelle). Cela permet de se rapprocher de la vente physique pour lever certains freins.

340 — 6 Déc.

*Veille*

Gardez un oeil sur l’actualité du e-commerce ! Vous pouvez, par exemple, vous abonner au flux RSS de Wikio qui recense toutes les actualités disponibles sur les blogs spécialisés dans le e-commerce.

341 — 7 Déc.

*Conversion*

Pour rassurer votre client, donnez lui des informations sur votre entreprise, votre façon de travailler, votre équipe, bref, tout ce qui peut montrer votre professionnalisme. Il doit avoir confiance en vous pour acheter sur votre site.

342 — 8 Déc.

*Juridique*

Si vous vendez des produits électroniques ou d’électroménager, n’oubliez pas d’indiquer le montant de l’écotaxe (ou taxe DEEE) sur votre fiche produit, à coté du prix du produit.

343 — 9 Déc.

*Design*

Vos visiteurs s’attendent à trouver votre logo en haut à gauche et à pouvoir revenir sur la page d’accueil en cliquant dessus. Ne dérogez pas à cette règle, elle facilitera grandement la navigation au sein de votre boutique en ligne.

344 — 10 Déc.

*Liens sponsorisés*

Si vous souhaitez faire de la publicité sur les moteurs de recherche, ne vous contentez pas uniquement de Google Adwords. Vous pouvez également tester les outils Yahoo! Network et Microsoft Advertising.

345 — 11 Déc.

*Accessibilité*

Pour améliorer l’accessibilité de votre site, pensez aux balises de compréhension, notamment les abréviations et les acronymes *(ex: Taille en <abbr title= “centimètre”>cm</abbr>).*

346 — 12 Déc.

*Juridique*

Si vous vendez des produits électroniques ou d’électroménager et que vous souhaitez faire une promotion, n’oubliez pas que la remise ne doit pas s’appliquer à l’écotaxe : *((prix de vente H.T – remise) + TVA) + ( écotaxe + TVA à 19,6%) = prix remisé à payer.*

347 — 13 Déc.

*Réseaux sociaux*

Si vous utilisez Twitter, ne mettez pas uniquement des liens vers vos produits sinon personne ne suivra votre compte. Privilégiez des contenus originaux, dialoguez avec vos clients ou diffusez des promotions exclusives...

348 — 14 Déc.

*Paiement*

N’hésitez pas à proposer des moyens de paiement alternatifs. Par exemple WexPay permet de payer sans carte bancaire, 1euro.com propose le paiement en 3, 5, 10 ou 20 fois, Internet+ permet de débiter votre client sur sa facture Internet...

349 — 15 Déc.

*Conversion*

Sur tous vos formulaires, assurez vous que vos intitulés soient standards afin que les navigateurs ou les logiciels qui ont une fonction d’auto-remplissage reconnaissent les champs automatiquement.

# 365 conseils e-commerce pour 2011

**350** 16 Déc.

*Communication*

Pour un communiqué de presse réussi, évitez de mettre le contenu en pièce jointe (souvent en PDF). Pour simplifier la vie aux journalistes, mettez directement le contenu dans votre email, ce sera plus pratique et plus percutant.

**351** 17 Déc.

*Blog*

N'hésitez pas promouvoir votre blog en le référençant dans les annuaires de blog tels que annuaire-blogs.net, annuaire-blogs.fr ou annuaireblog.org. Vous en trouverez de nombreux autres en cherchant sur Google.

*Sur Google : http://wizi.la/75*

**352** 18 Déc.

*Fiche produit*

Si vous souhaitez présenter vos produits en 3D, évitez les plugins ou logiciels que les internautes doivent télécharger et installer. Vous perdriez la majorité de vos visiteurs...

**353** 19 Déc.

*Veille*

Pensez à suivre les dernières publications de l'ACSEL, l'association de l'économie numérique. L'association regroupe des entreprises et des organismes pour réfléchir sur les sujets clés du numérique, éditer des ouvrages de fond et organiser des conférences.

**354** 20 Déc.

*Conseil*

Si vous générez des bons de réduction à vos clients ou le mot de passe de leur compte, pensez à éviter certaines lettres qui peuvent prêter à confusion (0 et O notamment ou "i", "l" et "1").

**355** 21 Déc.

*Juridique*

Si vous êtes soumis à l'écotaxe (DEEE), voici quelques organismes qui pourront vous être utiles : Ademe, Ministère de l'écologie, Gifam, FNE et Recyclum.

**356** 22 Déc.

*Accessibilité*

Pour améliorer la visibilité de votre site et son accessibilité, respectez au maximum les recommandations et standards définis par le W3C (World Wide Web Consortium). Le consortium propose d'ailleurs un outil pour contrôler la validation de vos pages HTML.

*Validation : http://validator.w3.org/*

**357** 23 Déc.

*Piège*

Ne passez pas tout votre temps sur l'interface d'administration de votre boutique en ligne. Il ne faut pas oublier que le plus important reste votre site en lui-même ! Et il y a toujours des petites améliorations ou optimisations à lui apporter...

**358** 24 Déc.

*Communication*

Pour une relation presse réussie, imposez vous d'envoyer au minimum 6 communiqués de presse par an. Un nouveau produit, un changement dans l'entreprise, une offre promotionnelle, une participation à un évènement... Les sujets ne manquent pas !

**359** 25 Déc.

*Fiche produit*

Vous pouvez favoriser l'achat impulsif en indiquant sur votre fiche produit le nombre de produits en stock. Si ce nombre est bas, le visiteur intéressé sera tenté de commander rapidement pour éviter de louper cette bonne affaire !

**360** 26 Déc.

*Liens sponsorisés*

Si vous faites de la publicité de type Google Adwords, pensez à désactiver (mise en pause) toutes les annonces qui pointent vers des produits qui ne sont pas en stock sur le moment. Cela vous évitera de payer des clics qui ne convertiront pas.

**361** 27 Déc.

*Design*

Lors de la conception de votre site e-commerce, ne cherchez pas l'originalité ou le "super" design à tout prix. Pour vendre, il est plus important de respecter les principaux standards et bonnes pratiques et d'avoir une offre percutante.

**362** 28 Déc.

*Communication*

Comme pour un commerce traditionnel, pensez à communiquer sur le terrain. Faites vous imprimer des cartes de visite professionnelles (évitez les offres de 100 cartes gratuites, la qualité est rarement au rendez-vous) et distribuez-les à la moindre occasion.

**363** 29 Déc.

*Logistique*

Expliquez en détail les différents modes de livraison que vous proposez ainsi que les délais moyens de livraison. Cette page doit être accessible facilement sur votre site et encore plus spécifiquement sur vos fiches produits.

**364** 30 Déc.

*Veille*

Gardez un oeil sur l'actualité du e-commerce ! Vous retrouverez, par exemple, sur le blog de François Ziserman de nombreux conseils et des analyses dans le domaine de la vente en ligne.

**365** 31 Déc.

*Communication*

Pour augmenter l'effet viral de votre site, il est important d'ajouter un bouton sur toutes vos fiches produits afin que vos visiteurs puissent "prévenir leurs amis". Un email avec le lien vers l'article leur sera alors envoyé...

Cet ebook vous est offert par

WiziShop.com

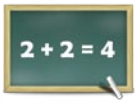
## Solution innovante pour créer et gérer sa boutique en ligne.

### Aucune limite graphique

Utilisez nos designs gratuits ou demandez
une charte graphique 100% personnalisée.

### Pas d'abonnement ou d'options cachées

Une rémunération basée sur vos ventes (entre 5 et 0,5%).
Pas de limite de nombre de produits ou de bande passante.




### Facilité d'utilisation

Une administration innovante et ergonomique.
Pas besoin de formation ou de connaissances en informatique.

### Des outils en constante évolution

Version mobile, partage sur les réseaux sociaux,
bonnes pratiques. Votre e-commerce évolue constamment.

### Ultra optimisé pour le référencement

Votre site respecte les standards du web et bénéficie d'une
bonne optimisation pour ressortir dans les pages de Google.

### Notre guide d'achat WiziShopping

Vos produits sont inclus gratuitement sur notre
guide d'achat grand public afin de doper vos ventes !

Testez WiziShop gratuitement et sans limite en vous inscrivant sur

**www.wizishop.com**