

MA BOUTIQUE EN LIGNE



80% DES BOUTIQUES EN LIGNE NE SONT PAS RENTABLES !!!

1

CREER SA BOUTIQUE

QUI S'EN OCCUPE ?



AGENCE

Prestation + + +
Prix + + +
Autonomie - - -



FREELANCE

Prestation + +
Prix +
Fiabilité + -



DO IT YOURSELF

Prestation +
Prix - - -
Temps passé + + +

AVEC QUEL OUTIL ?



Outils de **gestion de contenu** (CMS) pour + d'autonomie
Les 3 leaders du marché :



2

ATTIRER DU TRAFIC SUR LE SITE

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)

Coût - - -
Rapidité - - -
Perrénité + + +

Optimiser :
Code source
Structure
Contenu
Notoriété
Compatibilité mobile

RÉFÉRENCIEMENT PAYANT (SEA)

Coût + + +
Rapidité + + +
Perrénité - - -

Court termiste
Difficilement rentable
Google Ads = 88%
des revenus de
Google

RÉSEAUX SOCIAUX

Coût +
Rapidité +
Perrénité +



Publications sponsorisées
sinon peu de visibilité !



Visibilité
généreuse



Marchés
de niche

AUTRES

Relations presse
Evènementiel

ATTENTION

Cibler **2 canaux**
d'acquisition max
et s'y mettre à
100% sinon pas
de résultats !



3

CONVERTIR LES VISITEURS EN CLIENTS

CRÉER SON AVATAR CLIENT



Personnage imaginaire qui représente le client parfait pour votre produit ≠ marché cible !

Description complète : Nom, Prénom, Age, métier, situation familiale, etc.

= **CRITÈRES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES**
+ Ses **PROBLEMES** et **BESOINS**

Jonathan Melba - Développeur logiciel (exemple fictif)

Jonathan Melba - Développeur logiciel (exemple fictif)

Présentation
Jonathan Melba est un père de famille motivé et engagé. Il n'hésite pas à prendre les devants pour donner son opinion et à se porter volontaire pour les tâches difficiles au travail.
Grand joueur d'équipe, il invite les autres à participer et crée un climat de confiance autour de lui. Passionné des nouvelles technologies, il s'informe des nouveautés en développement et partage ses connaissances avec ses collègues.

Lieux fréquentés
Son travail
La maison
Le jardinier
Les bars à café
Les salons de thé

Influenceurs

Sites fréquentés
Facebook
Stack Overflow
LinkedIn
Reddit
Google

Personnalité
Introversif
Spontané
Autonome
Minutieux

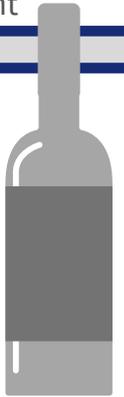
Habitudes médias
Stack Overflow de jour pendant les heures de travail
Facebook de jour en attendant que le code compile ou de soir à la maison
Google : en sous-titres

ERGONOMIE

- Limiter à 3 le nombre de clics
- Respecter les standards du web
- Soigner les visuels (packshots bouteilles et photos d'ambiance)
- Simplifier le parcours client

FICHES PRODUITS

- Nom de la cuvée
- Description courte de la cuvée
- Appellation
- Millésime
- Terroir
- Vinification et élevage
- Notes de dégustation
- Accords mets et vins
- Température de service
- Potentiel de garde
- Certifications (Bio, HVE, biodynamie, etc.)



DONNER ENVIE !

4

FIDELISER LES CLIENTS

EMAIL

Base de données à jour et bien renseignée
Outil mailing dédié pour être conforme RGPD et ne pas être blacklisté
Bon équilibre discours commercial / informatif
Automatiser les envois (anniversaires, panier non validé, etc.)



CONSEILS

Utilisez vos clients pour en trouver de nouveaux (avis et témoignages, engagement, parrainage...)
Le e-commerce ne s'arrête pas au web
Allez au-delà du produit et proposez une expérience et des services



AOC Conseils ce sont 10 consultants senior spécialisés dans le secteur du vin et répartis sur les grandes régions viticoles françaises. Expertise dans **l'audit et l'accompagnement des exploitations viticoles** et la formation.
300 ans d'expérience cumulée, plus de 400 clients.

MARION BARRAL

WWW.AOC-CONSEILS.COM



MARION.BARRAL@AOC-CONSEILS.COM



INSTAGRAM : @MARION.BARRIQUE

