

TROUVER LA STRATÉGIE DIGITALE QUI ACCÉLÈRE VOTRE CROISSANCE ET AUGMENTE VOS MARGES

Votre stratégie digitale débute par une très bonne compréhension de votre environnement concurrentiel et de son évolution probable. Elle se poursuit par la définition d'un ou plusieurs scénarios stratégiques, puis prend la forme d'une feuille de route minutieusement préparée, dont chaque étape est quantifiée.

Pour bâtir la stratégie digitale de votre entreprise, il faut commencer par qualifier et quantifier les opportunités offertes par le numérique, mais aussi comprendre et mesurer les risques liés à l'environnement concurrentiel digital qui portent sur votre activité (intermédiation, désintermédiation, banalisation de votre offre...).

Votre stratégie digitale peut être orientée vers le développement commercial – en prenant garde de ne pas détériorer vos marges – ou vers les services numériques, dans une logique de gains de productivité et / ou de différenciation de votre offre par des services innovants. Il faut répartir vos ressources intelligemment sur ces différents axes, puis construire votre feuille de route digitale en précisant les objectifs quantitatifs à chaque étape.

Dans certains cas, la digitalisation de votre filière peut justifier l'abandon de certaines activités devenues incompatibles avec vos objectifs de rentabilité, ou, à l'inverse, le développement de nouvelles activités adjacentes à vos métiers actuels.



Chez Digital Value, nous structurons notre démarche autour des 8 questions suivantes, qui peuvent être abordées unitairement :

- **Cartographier et évaluer les opportunités & risques liés au digital dans votre industrie**
- **Préserver vos marges face à la montée en puissance des nouveaux intermédiaires**
- **Trouver la bonne stratégie e-commerce pour maximiser vos marges**
- **Identifier les ponts à créer entre le digital et vos autres canaux de distribution**
- **Créer de la valeur avec une offre de services numériques disruptive**
- **Définir votre plan de dématérialisation et self-care pour réaliser des économies**
- **Tirer profit de l'internet des objets**
- **Construire la feuille de route digitale de votre entreprise**

(extrait du site de Digital Value)



Étude : les chiffres clés du e-commerce en 2021 (1)

La Fevad publie sa cartographie du e-commerce français en 2021.

1 septembre 2021

La Fevad (Fédération e-commerce et vente à distance) a publié l'édition 2021 de son rapport annuel sur l'état du marché du e-commerce. L'organisme réalise une cartographie du e-commerce français, marqué par les effets de la crise sanitaire, identifiant les évolutions économiques majeures et les pratiques de consommation en France.

Le chiffre d'affaires du e-commerce en hausse en 2021

Le chiffre d'affaires des ventes sur Internet atteint 112,2 milliards d'euros, affichant une progression de 8,5 % par rapport à 2019. L'e-commerce représente ainsi 1,84 milliard de transactions et est en hausse de 5,8 % par rapport à 2019.

112,2 milliards d'€

+8,5% par rapport à 2019

+32% sur les produits

-10% sur les services (dont -41 %
sur transport, tourisme, loisirs)

1,84 milliard

de transactions en ligne en 2020

+5,8% par rapport à 2019

Source : Fevad ICE.

CA E-COMMERCE (en milliards d'euros)

2016	•	13,7%	71,5
2017	•	14,3%	81,7
2018	•	13,3%	92,6
2019	•	11,7%	103,4
2020	•	8,5%	112,2

● Taux de croissance

● CA e-commerce (produits et services)

Source : Fevad ICE.

Le secteur du e-commerce atteint 112,2 milliards d'euros. © Fevad

Une hausse importante du nombre d'acheteurs en ligne



Le nombre d'acheteurs sur Internet a augmenté, affichant la hausse la plus importante depuis 2015. En 2020, ce sont ainsi 41,6 millions de Français qui achètent en ligne, soit 1,5 million de plus par rapport à 2019. Parmi eux, 17,1 millions effectuent leurs achats depuis leur mobile.

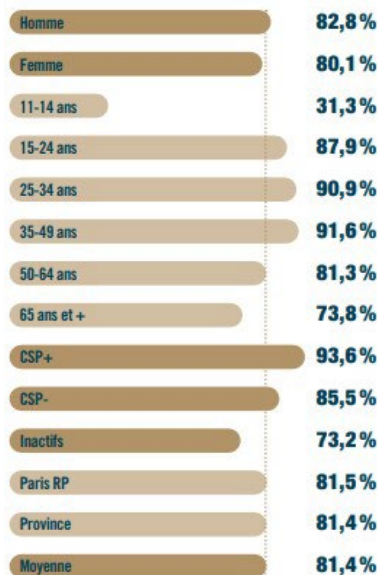
98 %
des cyberacheteurs satisfaits de leurs achats réalisés sur Internet au cours des 12 derniers mois

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, octobre 2020.

41,6 millions
de Français achètent sur Internet +1,5 million par rapport à 2019
81,4 % des internautes (vs 78,4 % au T4 2019)

Source : Médiamétrie - Observatoire des usages Internet T4 2020.

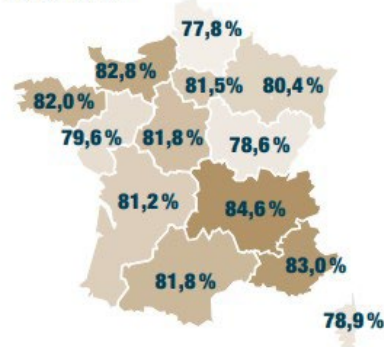
PROFIL DES E-ACHETEURS % d'acheteurs par cible d'internautes



Source : Médiamétrie - Observatoire des usages Internet T4 2020.
Base : internautes DM global 11 ans et plus.

PÉNÉTRATION RÉGIONALE % d'acheteurs par cible d'internautes

81,4 %
France entière



Source : Médiamétrie - Observatoire des usages Internet T4 2020. Base : internautes DM global 11 ans et plus.

MULTIPLICITÉ DES ÉCRANS UTILISÉS POUR ACHETER

39,6 %
e-acheteurs multi-écrans vs 32 % en 2019

Top 3 des écrans utilisés



Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2021.

Le nombre d'acheteurs en ligne est en forte hausse. © Fevad

Pour accompagner cette hausse, ce sont aussi les modes de paiement et de livraison utilisés qui évoluent. La carte bancaire domine les paiements en ligne avec 80 %, suivie par les portefeuilles électroniques qui progressent avec 11,5 %. Concernant les modes de livraison, la réception à domicile reste la plus courante avec 86,2 %, suivie par les points relais avec 64,3 % et le click & collect, particulièrement mis en avant durant les périodes de confinement, avec 41 % des acheteurs qui y ont eu recours.



MODES DE PAIEMENT UTILISÉS

En % du CA e-commerce vente de produits 2018.

Cartes bancaires	80,1 %
Portefeuilles en ligne	11,5 %
Crédits conso.	3,9 %
Virements/prélèvements	0,9 %
Autres modes de paiement (cartes privatives, chèques, chèques cadeaux, contre-remboursement, paiements en magasin, agence, mandat cash, lettre chèque...)	3,7 %

Source : Enquête Fevad - janvier 2019.

MODES DE LIVRAISON UTILISÉS

À domicile	86,2 %
Au travail	4,6 %
En points relais	64,3 %
En click & collect	41,1 %
E-réservation	12,1 %
En consigne	8,6 %

En % des e-acheteurs – Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie - janvier 2021.

Les modes de paiement et de livraison évoluent. © Fevad

177 000 sites marchands actifs

Le nombre de sites marchand actifs progresse de 12 %, malgré l'arrêt de certaines activités dans les domaines des loisirs ou encore des voyages. En 2021, on comptabilise ainsi 177 000 sites marchands actifs. Les sites qui comptent le plus grand nombre de clients en 2020 sont : Amazon, Fnac, Cdiscount, E.Leclerc et Veepee.

TOP 5 DE PÉNÉTRATION DES SITES E-COMMERCE

Nombre de clients : extrapolation sur la population

1	Amazon	24 535 000	51,1 %
2	Fnac	11 616 000	24,2 %
3	Cdiscount	8 136 000	17,0 %
4	E.Leclerc	7 022 000	14,6 %
5	Veepee	6 756 000	14,1 %

- nombre de clients
- part des cyberacheteurs ayant acheté sur le site, toutes catégories confondues, au cours des 12 derniers mois (à fin septembre 2020).

Source : Étude FEVAD/Médiamétrie – enquête déclarative des sites d'achat sur les 12 derniers mois par 4 000 internautes de 15 ans et plus, réalisée du 28.09.2020 au 06.10.2020.

Les sites avec le plus grand nombre de clients. © Fevad



Les produits et services les plus achetés en ligne

Les Français ont acheté en ligne de nombreuses catégories de produits. La majorité de leurs achats concerne les produits non-alimentaires : la mode et l'habillement (53,9 %), les produits culturels (50,1 %) et les produits d'hygiène et de beauté (38,8 %). Le montant moyen d'une transaction a également augmenté, après huit années consécutives de baisse, et se situe à 61 euros, soit une hausse de 2,6 % par rapport à 2019.

PRODUITS ET SERVICES ACHETÉS En % des internautes

Mode-Habillement	53,9%
Produits culturels	50,1%
Hygiène, beauté	38,8%
Jeux, jouets	37,7%
Chaussures	35,5%
Produits techniques/électroménager	35,2%
Alimentation et boisson	30,3%
Maison, décoration	29,7%
Billet de transport	27,1%
Séjours	25,7%
Textile, linge de maison	25,4%
Musique, livre, vidéo en ligne	23,8%
Bricolage, jardinage	22,5%

- Produits
- Services

Source : Étude Bilan e-commerce 2020 Fevad/ Médiamétrie, janvier 2021.

Les catégories de produits les plus achetées. © Fevad

[...]





Étude : les chiffres clés du e-commerce en 2021 (2)

Une digitalisation accrue des commerces de proximité

La crise sanitaire a également accéléré la digitalisation des commerces de proximité. Les acheteurs ont ainsi pu expérimenter de nouveaux services et sont aujourd'hui favorables à cette dynamique omnicanale. Parmi les chiffres significatifs, 68 % des acheteurs en ligne souhaitent que les commerces de proximité proposent la possibilité de commander par internet.

ACHATS INTERNET AUPRÈS DES COMMERCES DE PROXIMITÉ

68%

des e-acheteurs considèrent que les commerces de proximité en centre-ville devraient **proposer la possibilité de commander sur Internet**

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, août 2020.

INTENTIONS D'ACHATS EN LIGNE SUR LES SITES DES COMMERCES DE PROXIMITÉ DE CENTRE-VILLE

En % d'e-acheteurs susceptibles d'acheter en ligne

Produits culturels	57 %
Mode, chaussures	56 %
Alimentation, PGC	53 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, août 2020.

64%

des cyberacheteurs favorables au regroupement des commerçants de proximité sur un site Internet unique

En % d'e-acheteurs susceptibles d'acheter en ligne
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, août 2020.

La crise sanitaire a accéléré la digitalisation des commerces de proximité. © Fevad

La France en seconde place sur le marché du e-commerce en Europe

La France s'inscrit comme le 2ème marché e-commerce d'Europe, après le Royaume-Uni, avec 81 % des internautes qui achètent en ligne. Plus généralement, la part des ventes sur Internet a significativement augmenté dans le monde.



CA E-COMMERCE EN EUROPE

744 milliards d'€

+9% par rapport à 2019

Top 5 des pays en Europe



● CA e-commerce 2020 en milliards d'€
● Croissance par rapport à 2019

Sources : Royaume-Uni : Statista; Office of National Statistics ;
France : FEVAD ; Allemagne : BEYONDDATA, BEVH ; Espagne :
aDigital, CNMC, INE, AFI ; Russie : Data Insights; Statista.

CA E-COMMERCE DANS LE MONDE

4 280 milliards de \$

+27,6% par rapport à 2019

Source : eMarketer, décembre 2020. Produits et services commandés sur Internet, hors voyages, billetterie événementielle, services de restauration, jeux d'argent.



Source : eMarketer, décembre 2020.



Source : eMarketer, décembre 2020, hors Hong-Kong.



Source : eMarketer, mai 2021.

● CA e-commerce 2020 en milliards d'\$
● Part du commerce de détail

Les chiffres d'affaire du e-commerce en Europe et dans le monde. © Fevad

Des acheteurs de plus en plus sensibles aux démarches écoresponsables

Les e-acheteurs se montrent de plus en plus concernés par les démarches écoresponsables. Ainsi, 53 % déclarent tenir compte d'éléments environnementaux, responsables ou éthiques dans leurs habitudes de consommation en ligne.

Parmi les pratiques responsables mises en place par les acheteurs : regrouper des commandes pour limiter les livraisons (71 %), privilégier l'achat auprès de sites français (68 %) ou encore privilégier la livraison en point relais (66 %).



SENSIBILITÉ DES E-ACHETEURS FACE AUX DÉMARCHES ÉCORESPONSABLES

Tendance à privilégier ces sites pour leurs achats

70%

Tendance à être attiré par la visite de ces sites

60%

Tendance à recommander sur les réseaux sociaux
ou aux proches

38%

 D'accord

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, septembre 2019.

LES E-ACHETEURS INTÈGENT LES PRATIQUES RESPONSABLES

La prise en considération d'éléments
environnementaux, responsables ou éthiques
conduit les e-acheteurs à :

Regrouper les commandes afin de limiter les livraisons

71%

Privilégier l'achat auprès de sites français

68%

Privilégier la livraison en point relais

66%

Privilégier la livraison à domicile

57%

Privilégier l'achat de produits issus de l'économie
circulaire

51%

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, février 2020.

Les e-acheteurs sont de plus en plus sensibilisés aux démarches écoresponsables.



Vendre sur des Marketplaces comme Amazon ou sur mon propre site ?

de [Pauline Bondoux](#)

19 mai 2020 Business.trustedshops.com

[...]



[...]

1- Image de marque

Lorsqu'il s'agit de développer votre [marque](#), il ne fait aucun doute que la création de votre propre site internet vous offre davantage de contrôle sur votre image.

Comme le savent tous ceux qui ont visité Amazon ou eBay, il existe très peu de possibilités pour personnaliser l'apparence de vos pages produits.



Les couleurs, les polices et les mises en page sont assez standardisées sur ces Marketplaces, bien qu'eBay vous offre plus d'options qu'Amazon, tout le monde en conviendra, les pages produits ne vous distinguent pas vraiment de vos concurrents.

Bien entendu, il n'est pas totalement impossible de vous différencier. Lorsque vous vendez en ligne, il est essentiel de créer des [visuels produits de qualité](#) pour vos pages produit, que vous vendiez sur une Marketplace ou sur votre propre site.

La création de [descriptifs uniques](#) est également quelque chose que vous devriez faire systématiquement.

En ce qui concerne les moyens d'action sur les Marketplaces, cela s'arrête malheureusement là.

Disposer de votre propre site internet vous permet de créer l'univers que vous souhaitez pour vos clients. Votre marque doit avoir une personnalité. Elle doit représenter le style de votre groupe cible et cela doit se refléter dans la conception de votre site Web.

[...]

Amazon, par exemple, est très strict. Il est tout simplement interdit de mentionner le nom de votre entreprise de quelque manière que ce soit.

Cela signifie que vous ne pouvez même pas inclure votre carte de visite ou imprimer l'adresse de votre site internet sur les factures jointes au colis.

Bien que beaucoup pensent qu'il s'agit d'une pratique commerciale acceptable, Amazon voit cela comme une tentative de la part d'un commerçant de détourner ses clients, ce qu'il n'apprécie pas vraiment.

D'autres places de marché comme Etsy ont des politiques similaires. Cependant, Etsy vous permet au moins de publier des liens vers vos réseaux sociaux.

Si vous constatez que vous attirez beaucoup de clients par le biais de ces Marketplaces, assurez-vous d'avoir un nom de boutique facile à mémoriser que vos clients pourront rechercher sur Google.



Quoi que vous fassiez, assurez-vous de lire attentivement les conditions générales des Marketplaces.

Votre compte vendeur peut être suspendu très rapidement si vous ne respectez pas les nombreuses conditions

