

Mots-clés : Bons plans Internet, Soldes, Logistique, Pouvoir d'achat

Soldes d'hiver 2010 : Comment un E-Commerçant gère-t-il le rush des Soldes ?

Dans le monde de la cyberconsommation, après la période de Noël, les soldes représentent un rendez-vous immanquable.

Quelques jours après Noël, les soldes et promotions viennent envahir Internet, au service du consommateur, toujours à l'affût des bonnes affaires. Oxatis, leader des plateformes de E-Commerce en Europe, recense aujourd'hui plus de 6 500 boutiques virtuelles, offrant des centaines de milliers de références produits à distance, soit autant de pépites pour s'offrir un Noël après Noël.

Le parcours d'un E-Commerçant au moment des soldes

Pour Sylvie Mourgues – gérante d'une boutique en ligne (www.avecpassion.fr) et d'une boutique physique, les soldes – surtout sur internet – ont marqué un tournant.

En effet, leur boutique physique est un peu comme une caverne d'Ali Baba – 20000 produits dans un espace assez petit. Comme elle l'avoue elle-même « *trouver un produit n'est pas toujours facile et c'est encore plus vrai quand il s'agit des soldes* ». Sans parler du temps de préparation que les soldes demandent : sortir les produits des rayons, changer la vitrine, marquer les produits avec le nouveau prix etc.

L'anticipation des soldes sur Internet

« *Sur internet, les gens cherchent les prix* » confie Sylvie mais insiste sur la période des soldes pour proposer dès le départ entre 50 et 60% de réduction. **1 mois avant** Sylvie et son associée Marie-Hélène Piot, réfléchissent aux produits qu'elles vont solder, comment elles vont présenter le mailing qu'elles vont envoyer. Comme pour une boutique classique, elles aménagent leur vitrine pour attirer le cyberconsommateur.

Pour renforcer encore leur taux de pénétration, elles font le **distinguo entre les clients qui achètent sur le site, les clients qui achètent en magasin et enfin les visiteurs du site**. 3 mailings différents qui permettent aussi de mesurer les meilleurs taux de retour et les meilleures ventes. C'est ça aussi **la force d'internet : pouvoir mesurer en temps quasi réel et au centime prêt** ce qu'une campagne d'emailing vous a coûté et vous a rapporté.

Les soldes sur Internet : une gestion facilitée pour la transparence clients

Avec la boutique en ligne, Sylvie a noté que non seulement **le travail était divisé par deux** : « *il me suffit d'isoler mes produits et de les mettre dans la rubrique soldes* » mais cela lui a permis de vendre ses produits soldés à des clients en magasin qui avant n'en profitaient pas. Ces **clients reçoivent un mail de notification des soldes** avant la date butoir sur lequel sont mis en avant les produits soldés. Ils ont le temps de regarder sur le net quand bon leur semble quel produit les intéresse et l'acte d'achat est fortement facilité. Et cerise sur le gâteau, si ces clients le souhaitent, il leur suffit de récupérer leur commande au magasin.

Recevoir son cadeau en 3 jours

Gros atout du commerce en ligne, la liberté d'horaire pour faire son choix d'achat. Plus besoin de quitter le travail en avance pour avoir le temps dans l'urgence de faire les soldes. Avec Internet, un clic suffit pour acheter et trois jours après, le paquet est arrivé.

Pour la gestion des commandes de www.avecpassion.fr, tout se fait en magasin. Sylvie et Marie-Hélène s'efforcent de **traiter les commandes du jour le jour-même**. Elles procèdent elles-mêmes à l'envoi.

Commerce en ligne – Commerce physique : des problématiques similaires et complémentaires

Enfin, à tous ceux qui pourraient penser que le E-Commerce met en danger le commerce physique, Sylvie est tranchante : « ***Si je n'avais pas eu ma boutique en ligne, mon magasin serait fermé*** ». Sylvie réalise aujourd'hui environ 200 commandes par mois.

Des clients en magasin avouent avoir découvert leur enseigne sur internet : certains traversent la région parisienne pour venir les voir et parcourent des dizaines de kilomètres. Avant leur zone de chalandise se concentrait sur le centre-ville soit entre 5 et 10 km. Aujourd'hui elles commencent à livrer au Canada, en Espagne et espèrent ne pas s'arrêter en si bon chemin.

L'impact des soldes sur Internet

En conclusion, même si Sylvie Mourgues ne peut nous donner un chiffre exact sur l'impact des soldes sur son chiffre d'affaires, cette période reste une phase clé dans la vie de ses deux boutiques et lui offre aussi une visibilité importante pour tout le reste de l'année."

« *Grâce à notre site de vente en ligne, l'augmentation de nos ventes par articles a permis de renouveler notre gamme rapidement et ensuite d'augmenter notre offre et notre choix. Choix dont profitent maintenant les clients en boutique.* »

Chiffres clefs et nouvelle législation des Soldes

Selon une étude menée par DirectPanel pour le compte de la Fevad auprès des acheteurs en ligne à la veille des soldes d'hiver l'an dernier, 75% des personnes interrogées déclaraient avoir l'intention de faire les soldes sur internet, soit une augmentation de 6% par rapport à 2007.

En janvier 2009, une autre étude réalisée par la Fevad a constaté une augmentation du chiffre d'affaires sur Internet de 16% dès le premier jour des soldes.

Depuis janvier 2009, la législation des soldes a été modifiée. Désormais, il existe une date fixe de début pour les soldes d'hiver et d'été, ainsi que deux semaines supplémentaires au choix des commerçants. Ces soldes flottantes, comme on les appelle, sont une occasion nouvelle de préserver le pouvoir d'achat des Français.

- les **soldes d'hiver** débutent le deuxième mercredi du mois de janvier à 8 heures du matin ;
- les **soldes d'été** débutent le dernier mercredi du mois de juin à 8 heures du matin.

A propos d'Oxatis

Première plateforme de commerce en ligne en Europe **avec 6500 clients attestés, Oxatis**, est créée en 2001 par Marc Schillaci, pionnier du E-Commerce en France. L'offre innovante d'**Oxatis** intègre logiciel E-Commerce, hébergement, support technique illimité et programme d'accompagnement pour réussir, même sans connaissances techniques, sans frais de départ ni engagement de durée. Avec l'offre Start&GO d'Oxatis, TPE, artisans, commerçants et auto-entrepreneurs peuvent créer et gérer eux-mêmes leur site marchand. En 2009, **Oxatis** élargit sa gamme de services vers les PME, via son réseau de revendeurs certifiés, qui bénéficient d'offres adaptées avec **Oxatis Open Enterprise**. Oxatis est présent en Espagne, Italie, Angleterre et Canada.

1 site marchand sur 3 en France est ouvert sur la plateforme Oxatis.

En 2008, Oxatis a doublé son effectif : 35 personnes à ce jour

Lauréate du concours Fast 50 Deloitte Technology en France et Fast 500 en Europe en 2008, Oxatis est également membre de ACSEL, ADEN, Croissance Plus, EBG, ou encore FEVAD.

www.oxatis.fr

Blog de Marc Schillaci : www.marcschillaci.com

Livre de Marc Schillaci : www.reussirsaboutiqueenligne.com

ESCAL Consulting

Nathalie Siharath
nathalie@escalconsulting.com
01 44 94 95 65

Séverine Oger
severine@escalconsulting.com
01 44 94 95 71