

Le profil du e-Commerçant

2019
SPÉCIAL PME

Une étude conjointe





Contexte et méthodologie

L'enquête de référence sur les PME et le e-Commerce

Oxatis

- ✓ Leader européen des outils de création et d'optimisation de sites marchands en mode SaaS
- ✓ Présent dans 5 pays européens: France, Angleterre, Espagne, Allemagne, Italie
- ✓ Plus de 10 000 e-commerçants qui réalisent un chiffre d'affaires annuel compris entre quelques dizaines de milliers d'euros et quelques dizaines de millions d'euros
- ✓ 270 collaborateurs

Méthodologie

- ✓ 12^eme année du profil du e-commerçant spécial PME
- ✓ Enquête menée auprès de 1908 e-commerçants du 27 novembre au 22 décembre 2018
- ✓ 403 répondants en France

58 questions posées sur 6 thèmes principaux

- ✓ Profil des entreprises
- ✓ Motivations économiques
- ✓ Actions webmarketing
- ✓ Web to store
- ✓ Ventes à l'international
- ✓ Développement et emploi

Méthodologie, collecte, traitement des résultats chiffrés, revus par EY en janvier 2019





Portrait des e-commerçants

E-commerce: la part des entreprises de plus de 5 salariés a doublé en trois ans

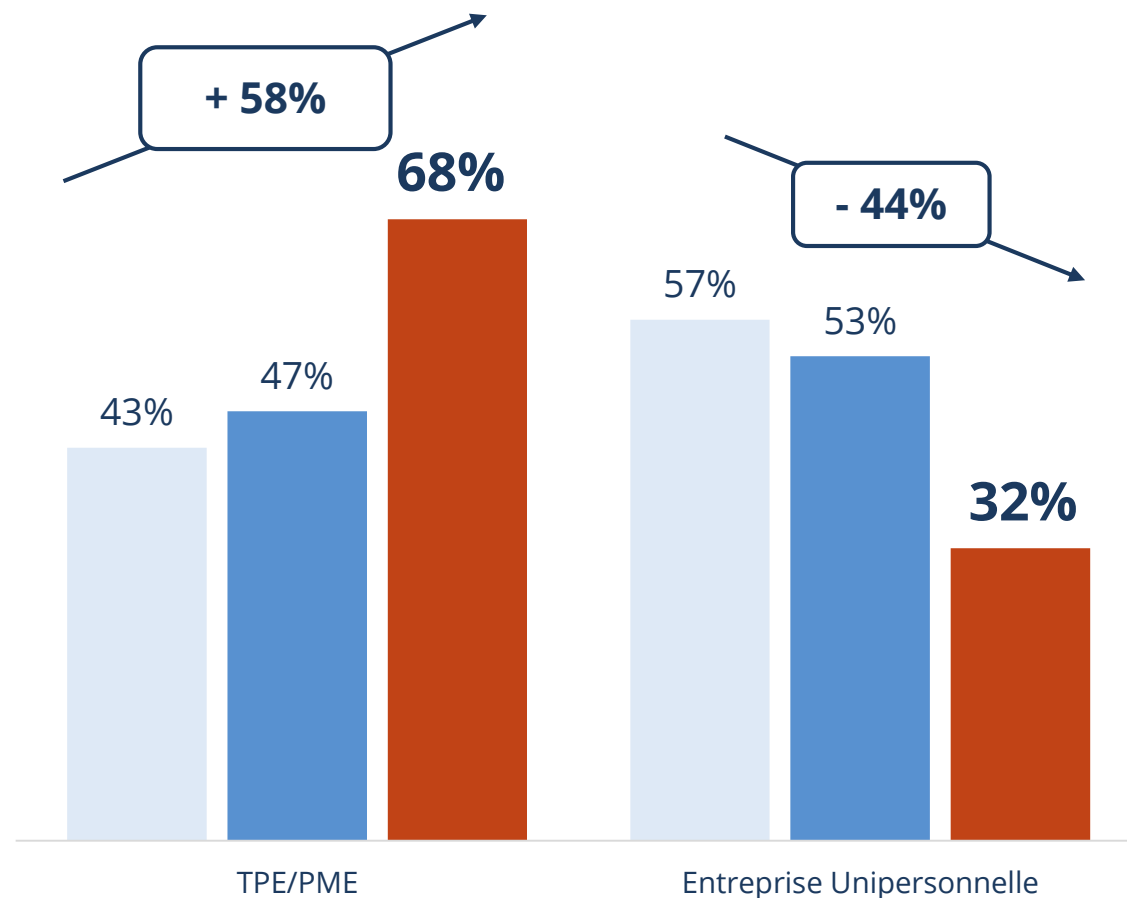
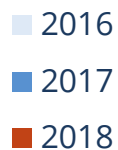
- ✓ La proportion des sociétés de plus de **5 salariés est passée de 12% en 2015 à 25% en 2018**
- ✓ Le e-Commerce devient un canal de vente à part entière pour les PME



	2018	75%	25%
2017		83%	17%
2016		85%	15%
2015		88%	12%

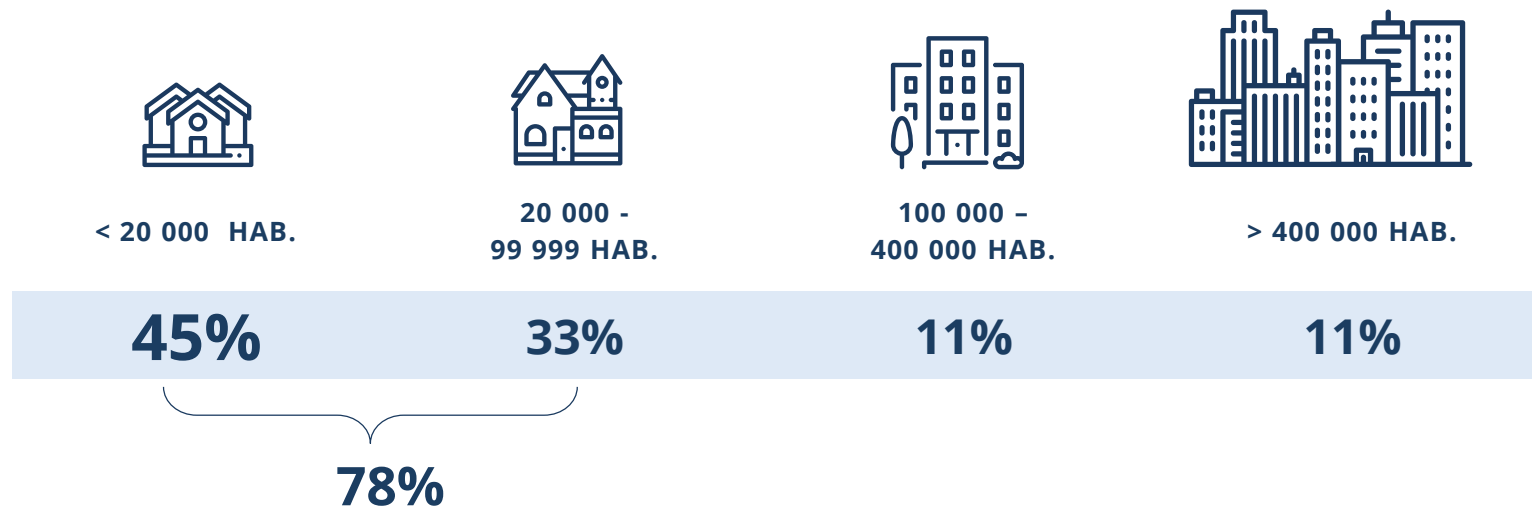
La part des entreprises unipersonnelles baisse fortement

- ✓ La part des entreprises unipersonnelles baisse fortement de 53% à 32% en un an
- ✓ La proportion de TPE/PME passe de 47% à **68 %**
- ✓ Les TPE/PME adoptent massivement le e-Commerce à destination des particuliers comme des professionnels



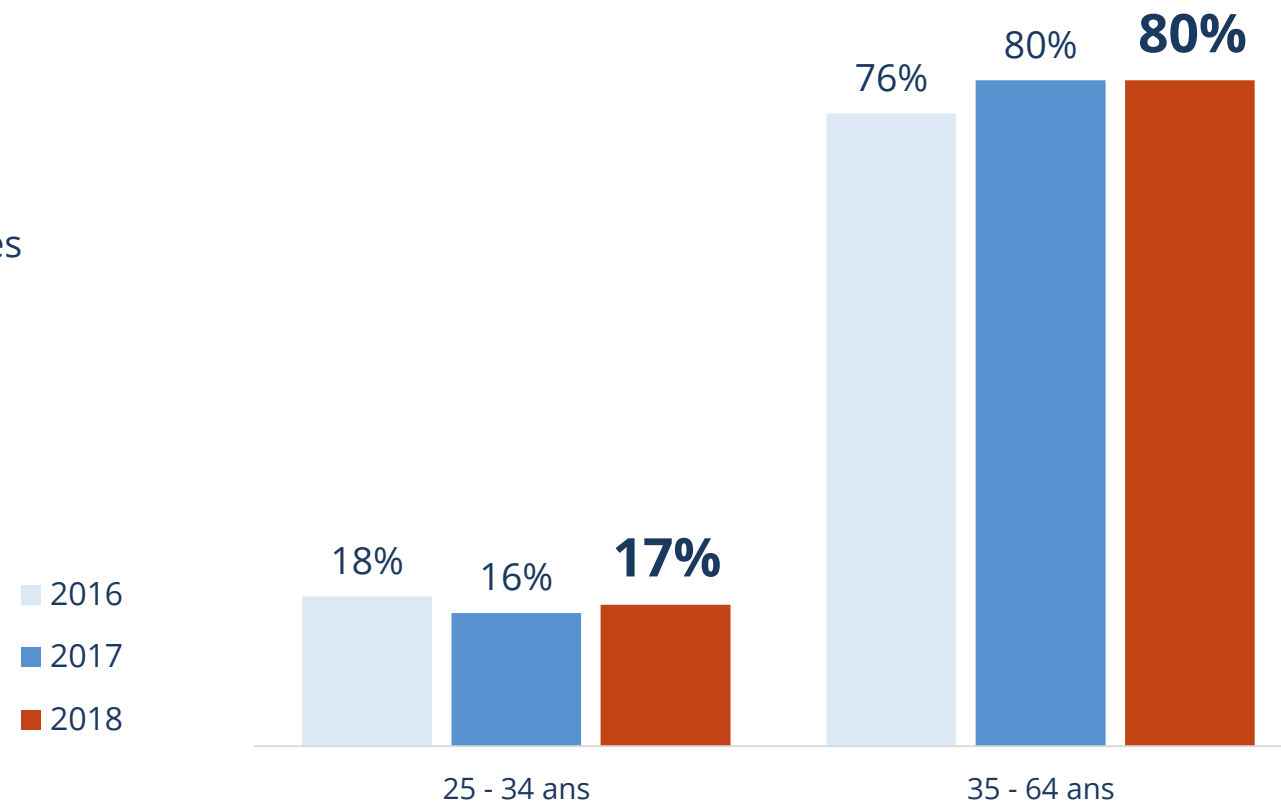
45% des e-commerçants sont implantés dans les petites communes de moins de 20 000 habitants

- ✓ Presque un e-commerçant sur deux (**45%**) est implanté dans une commune de moins de 20 000 habitants
- ✓ **78%** des e-commerçants sont implantés dans les petites et moyennes communes (moins de 100 000 habitants)
- ✓ **Le e-Commerce participe au dynamisme économique des territoires**



80% des sites e-commerce sont gérés par des chefs d'entreprises expérimentés

- ✓ La part des jeunes chefs d'entreprise est minoritaire (17%)
- ✓ **80%** des chefs d'entreprise appartiennent à la tranche d'âge des **35-64 ans**
- ✓ L'âge du dirigeant n'est pas un facteur discriminant dans la transformation digitale des TPE/PME



Les PME du e-commerce réussissent dans les mêmes secteurs d'activité que les grands acteurs du web

E-commerçants par secteur d'activité



PME

Classement des produits et services achetés sur internet*



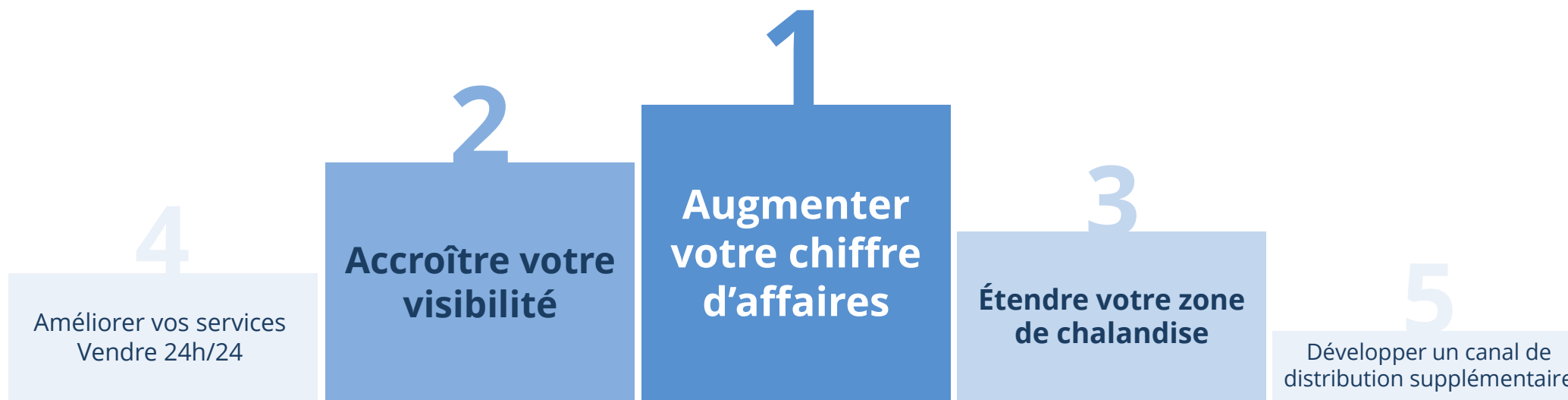
Baromètre Fevad CSA 2018

* Hors Voyages/tourisme – Produits techniques/ électroménager

- (1) Mode et vêtements comprenant textile et linge de maison
 (2) Culture et loisirs comprenant articles et matériel de sports

Top 5 des motivations des e-commerçants: le CA prend la première place du podium en 2018

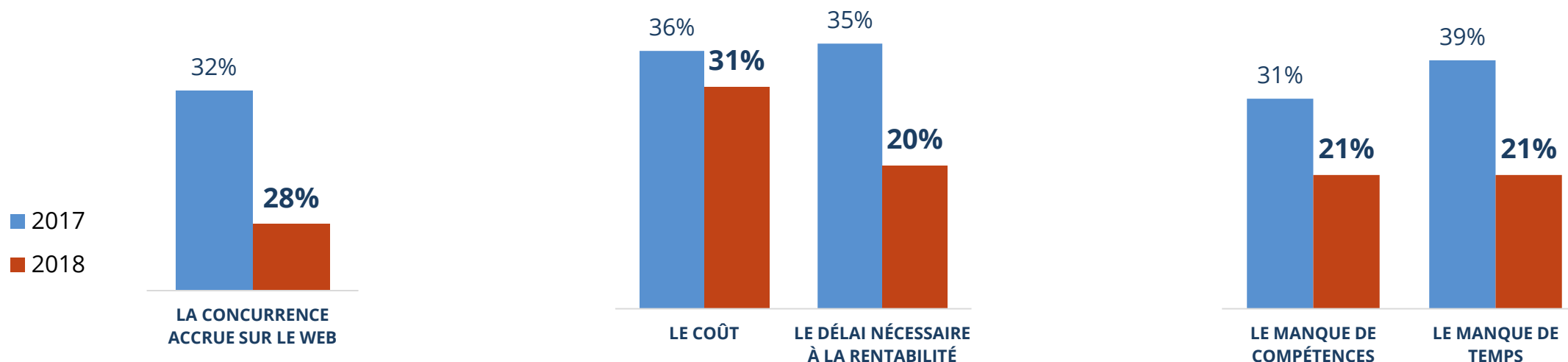
« Quelles sont vos motivations à être sur Internet ? »



Les PME prennent conscience du potentiel de croissance que représente le e-Commerce

Lancer son activité e-commerce : les PME s'engagent plus facilement en 2018

« Quels ont été les freins que vous avez perçus avant de vous lancer dans une activité e-Commerce ? »



✓ Une crainte de la concurrence online qui s'amoindrit considérablement

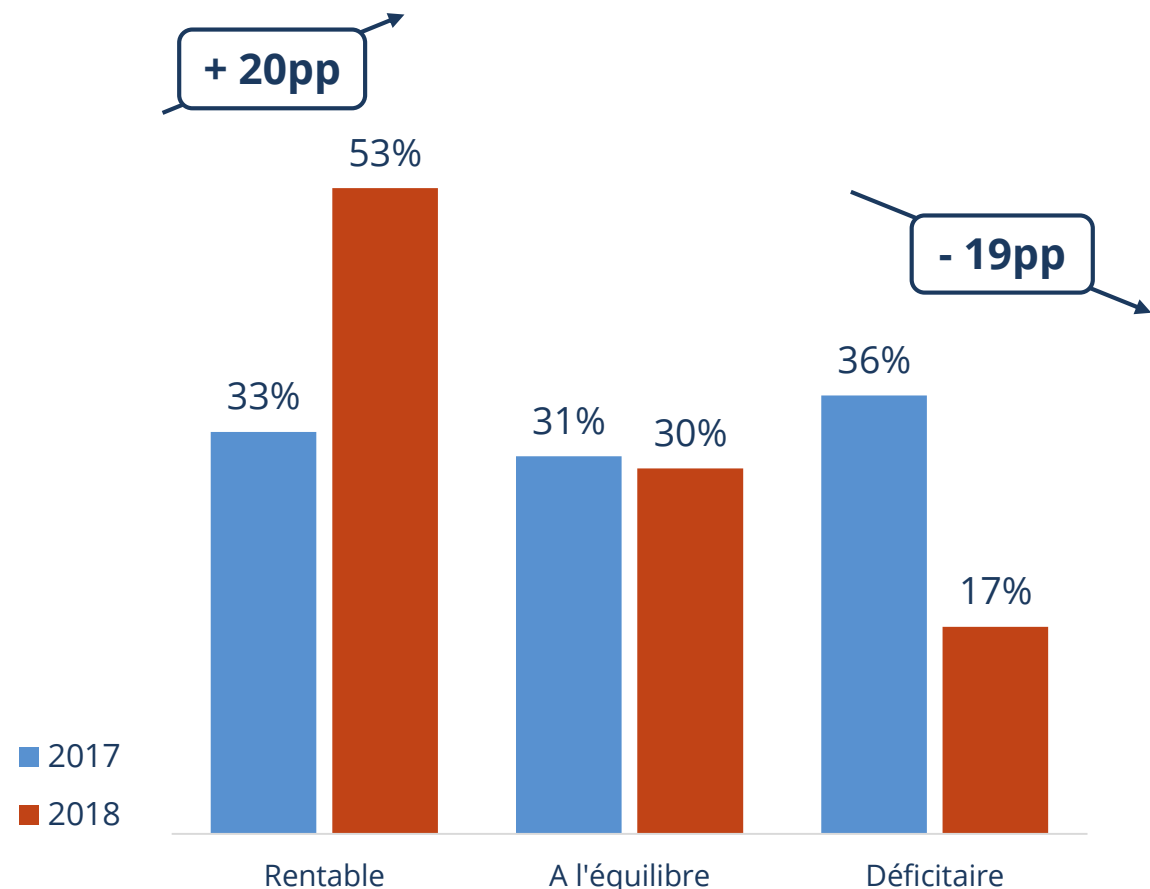
✓ Une atteinte de la rentabilité plus rapide

✓ Mieux formés et informés, les chefs d'entreprises se donnent le temps et les moyens humains

En 2018, la majorité des sites e-commerce sont rentables

- ✓ **83%** des e-commerçants sont rentables ou à l'équilibre
- ✓ La proportion de sites rentables augmente de **20 points par rapport à 2017 et passe le cap des 50%**
- ✓ La proportion de sites déficitaires baisse de 19 points

Rentabilité des sites e-commerce



La vente aux professionnels : un nouvel axe de développement pour le e-commerce

BtoB

11% des e-commerçants vendent exclusivement aux professionnels

87%

Des sites qui vendent exclusivement en BtoB sont rentables

BtoB & BtoC

30% des e-commerçants vendent à la fois aux professionnels et aux particuliers

Pour un tiers d'entre eux, le BtoB représente plus de **50%** des ventes

Vente aux professionnels : un moyen privilégié pour améliorer la qualité des services

« Donnez les principales raisons qui vous ont amené à faire de la vente en ligne B2B »



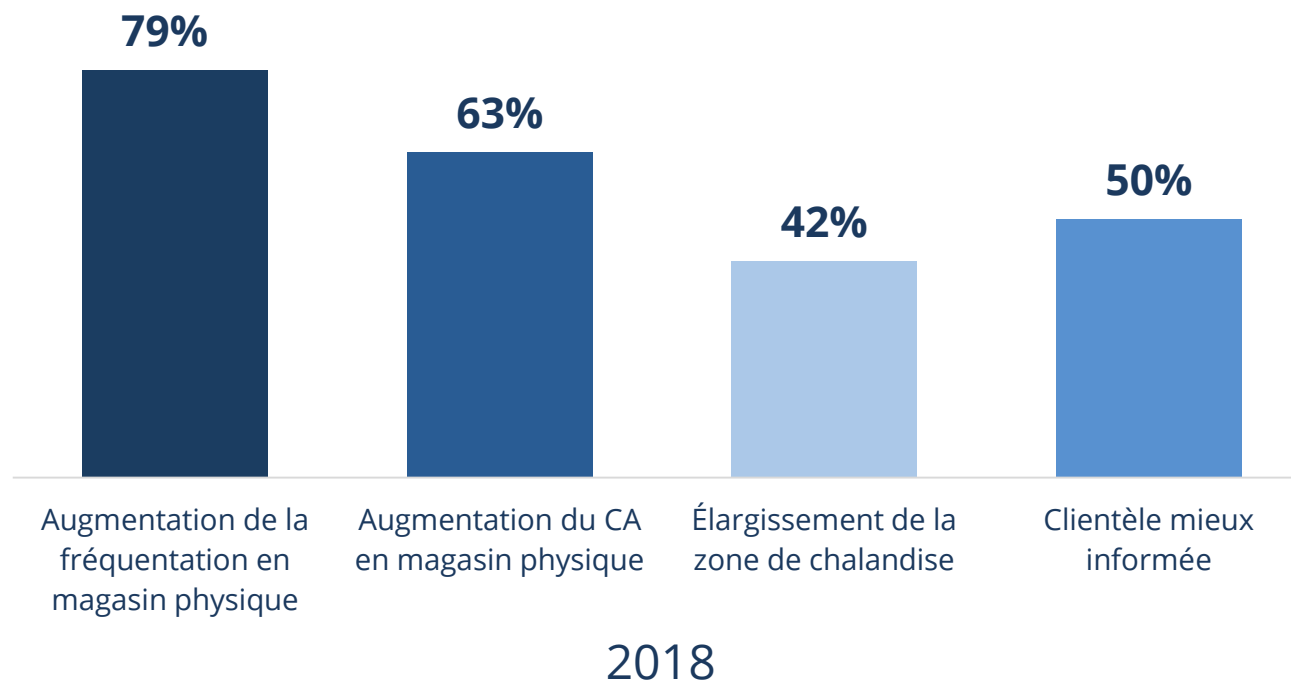


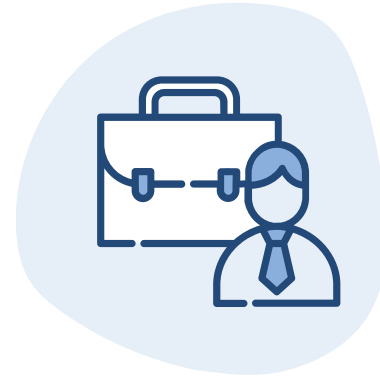
Complémentarité entre e-commerce et magasins physiques

Le e-commerce au service des magasins physiques, 80% d'impact positif

- ✓ **80%** (vs 65 % en 2017) des e-commerçants constatent un impact du site sur leurs magasins
- ✓ Une progression remarquable sur les trois dernières années (56 % en 2016, 65% en 2017)
- ✓ **60 %** des commerçants possédant **à la fois une boutique physique et une boutique en ligne** ont vu le chiffre d'affaires de leur magasin progresser de **plus de 10 %** suite au lancement de leur site

Les 4 principaux bénéfices d'un site e-commerce pour un magasin physique





Emploi

Recrutement : les e-commerçants recherchent davantage des spécialistes que des préparateurs de commandes

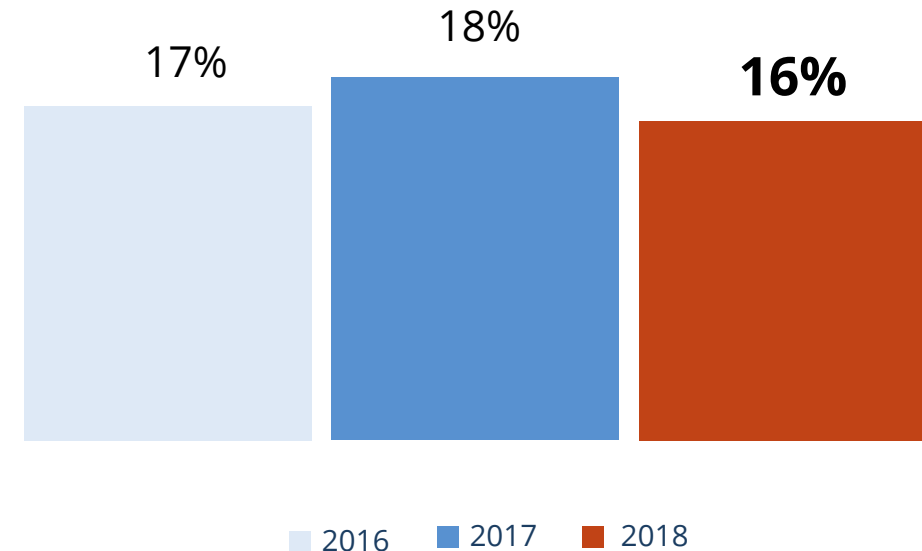
✓ **16%** ont embauché au moins un salarié en **2018**

- ✓ **42600** sites en France réalisent un CA annuel compris entre 100K€ et 10M€ (Fevad, 2018)
- ✓ En moyenne les e-commerçants ont recruté 1,44 collaborateur ETP en 2018
- ✓ On peut estimer que ces sites ont généré **9800 emplois en 2018**

✓ Les domaines de compétences concernés

- ✓ **Commerce & Marketing (43%)**
- ✓ Logistique (26%)

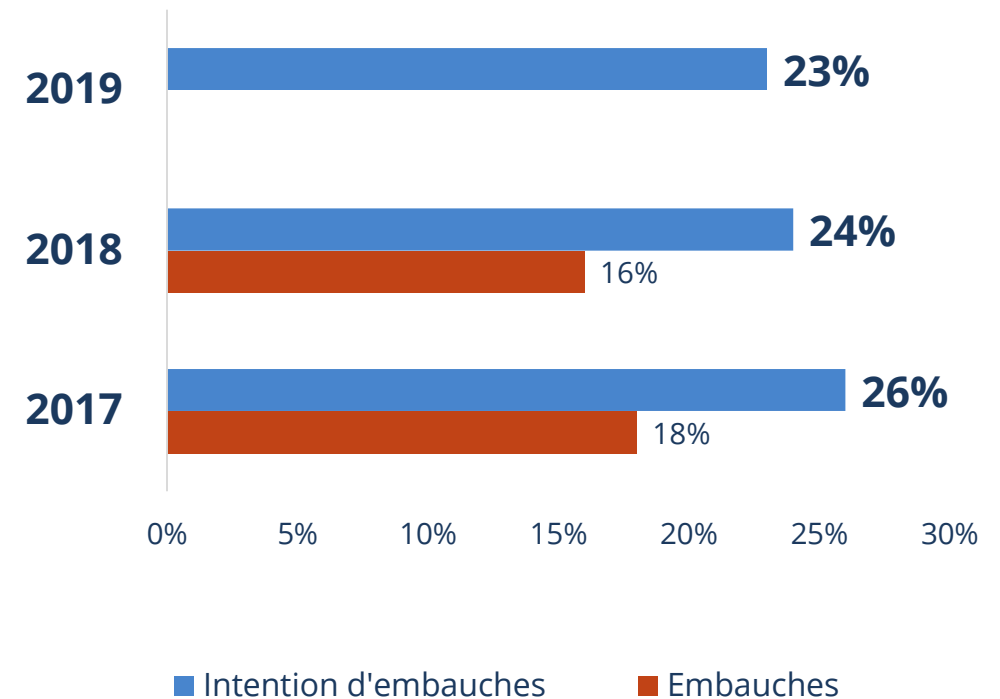
Pourcentage de sites e-Commerce ayant effectué au moins une embauche



PME du e-commerce et embauche : promesses tenues

✔ **23%** des e-commerçants annoncent vouloir effectuer au moins une embauche en 2019

- ✔ Ces intentions d'embauche représentent environ **13500 emplois à créer en 2019** (sur la base des sites recensés par la Fevad*)
- ✔ En moyenne les e-commerçants vont embaucher 1,37 collaborateur ETP en 2019
- ✔ Ces embauches dans le e-Commerce pourraient représenter **10 %** des 133 000 créations d'emplois marchands prévues en France en 2019 (Projection macro-économiques Banque de France – INSEE)

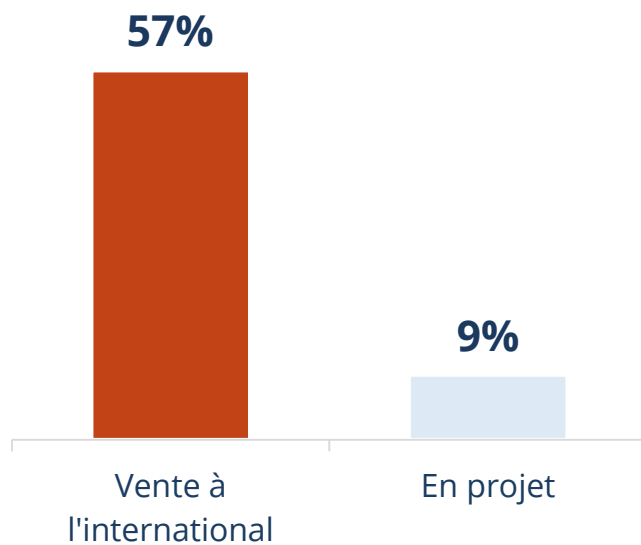




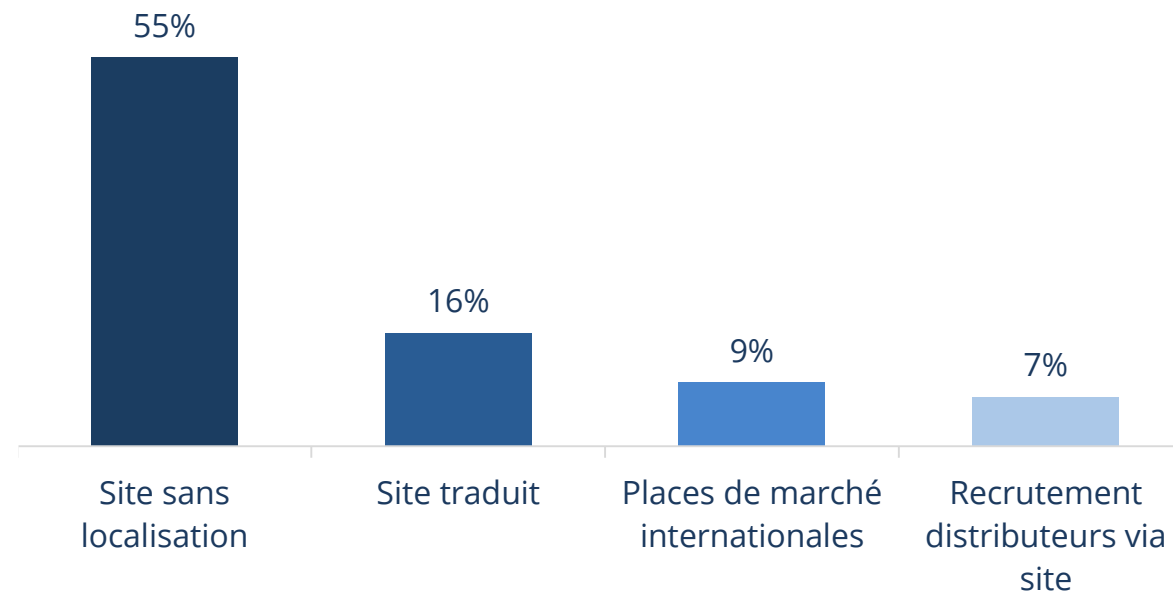
International

Les e-commerçants exportent 5 fois plus que la moyenne des entreprises françaises

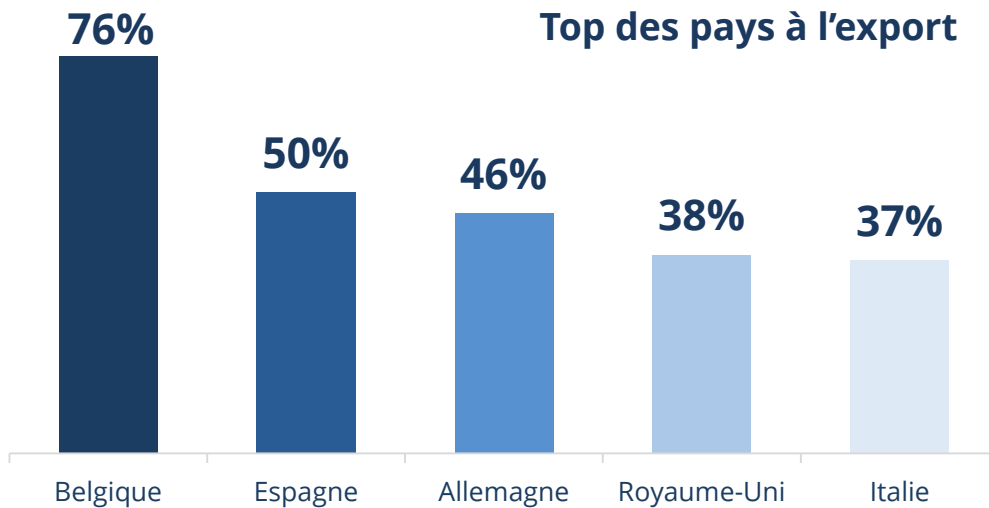
✔ **57%** des e-commerçants exportent (vs 51% en 2017) alors qu'en moyenne 12 % des entreprises françaises exportent



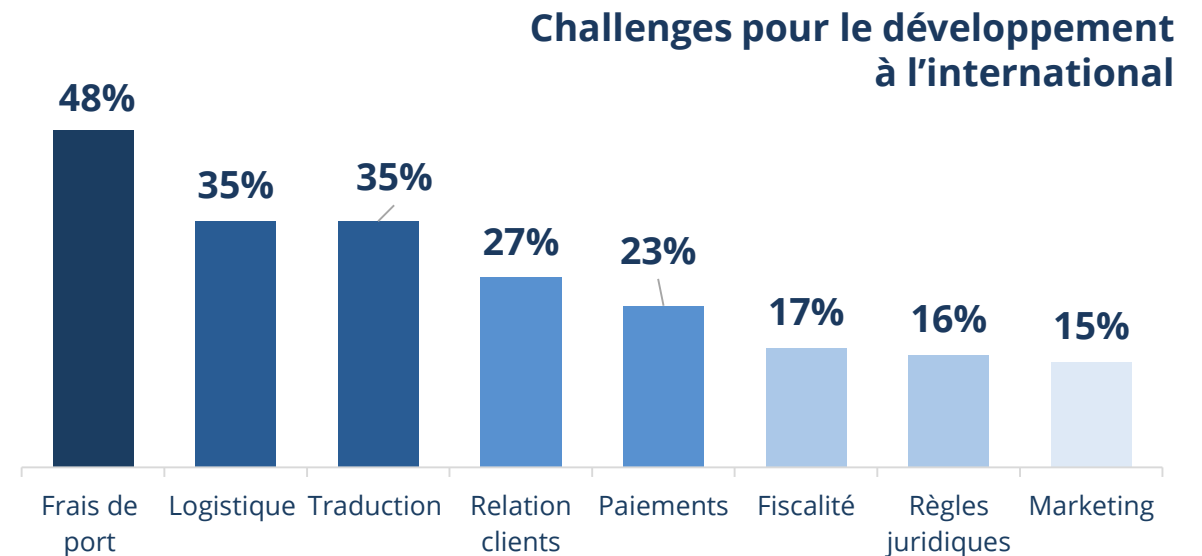
4 moyens mis en œuvre pour vendre à l'international



E-commerce : un moyen de réaliser immédiatement des ventes à l'international



- ✔ Plus des $\frac{3}{4}$ des e-commerçants profitent des possibilités d'export dans un pays limitrophe et francophone comme la Belgique
- ✔ Les e-commerçants français se positionnent facilement dans les pays dans lesquels l'offre e-commerce est peu développée



- ✔ Le coût des frais de port reste le principal frein
- ✔ Les contraintes marketing et juridiques ne sont pas des freins pour les entrepreneurs à l'export



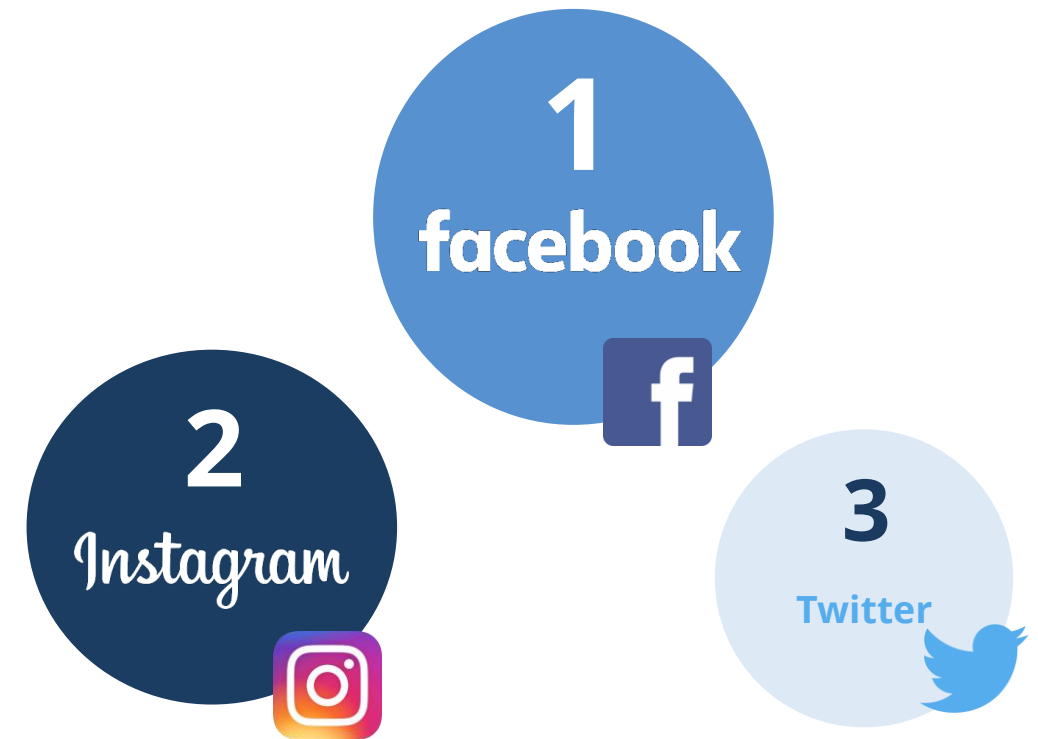
Webmarketing

Social media : une progression spectaculaire d'Instagram

- ✓ Pour la deuxième année consécutive Instagram connaît une très nette progression
 - ✓ ce réseau social est 3,4 fois plus utilisé qu'en 2016
- ✓ Facebook garde la première place avec 79% d'utilisateurs

« Quels réseaux sociaux utilisez-vous dans un but professionnel ? »

Réseaux	2016	2017	2018
Facebook	79%	76%	79%
Instagram	11%	24%	37%
Twitter	20%	19%	15%
YouTube	12%	13%	11%
Pinterest	13%	11%	11%
LinkedIn	10%	10%	12%
Blog	13%	8%	10%

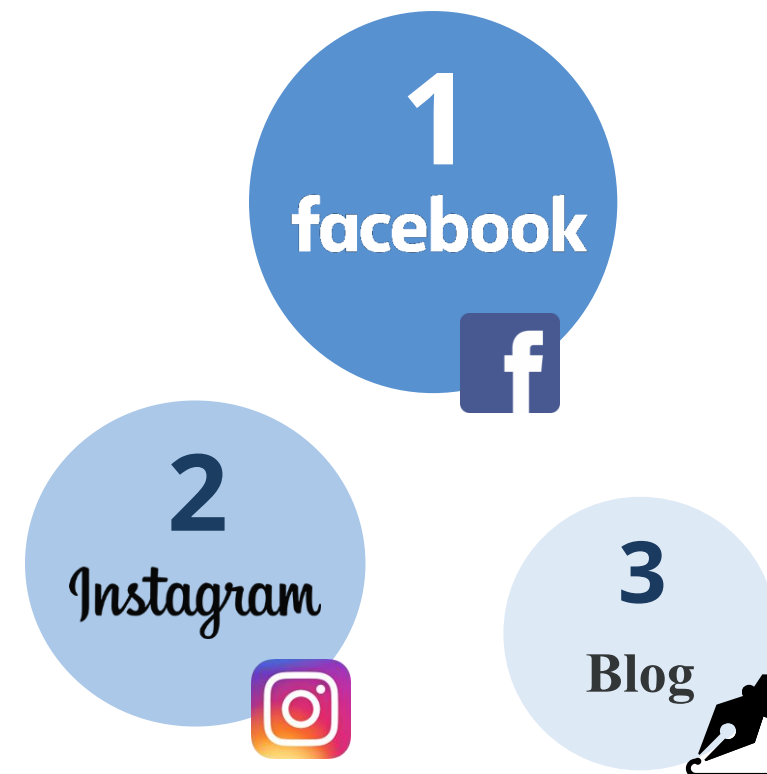


Efficacité sur les ventes : une nette domination d'Instagram et Facebook

« Quel est l'impact des réseaux sociaux sur votre chiffre d'affaires? »

- ✓ Communiquer sur Facebook et Instagram permet de réaliser des ventes: **41%** d'impact pour Facebook et **36 %** pour Instagram
- ✓ Le blog n'est utilisé que par **10% des e-commerçants** et pourtant il génère au moins 5% de chiffres d'affaires pour 35% de ceux qui le mettent en œuvre

	Facebook	Instagram	Blog	Twitter	Linkedin	Pinterest	Youtube
Impact CA >5%	41%	36%	35%	25%	20%	18%	18%

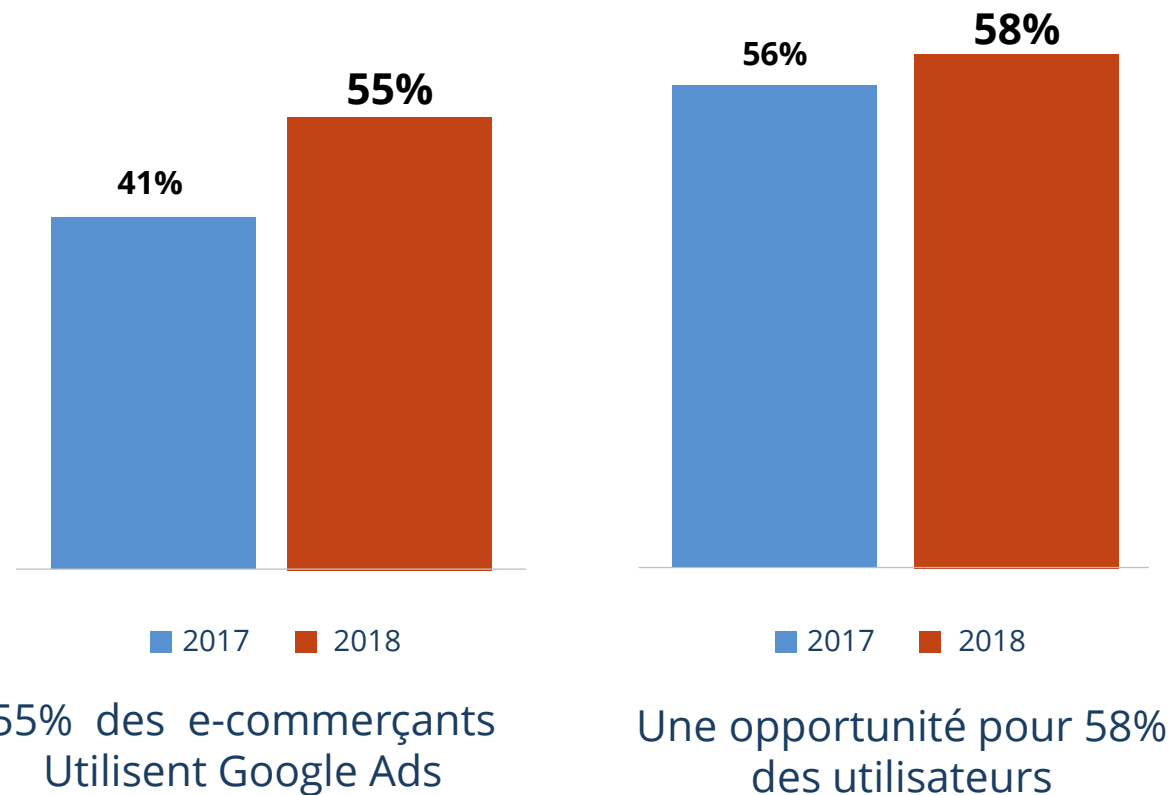


Google Ads réussit à séduire la majorité des e-commerçants en 2018

- ✓ Les PME adoptent les nouveaux outils de publicité avec une forte progression de Google Ads
 - ✓ **55%** (vs. 41% en 2017) des e-commerçants utilisent les outils payants Google (AdWords, Shopping...) dans leur stratégie marketing
 - ✓ **58%** (vs. 56% en 2017) des utilisateurs voient ces outils comme une réelle opportunité pour développer leur activité

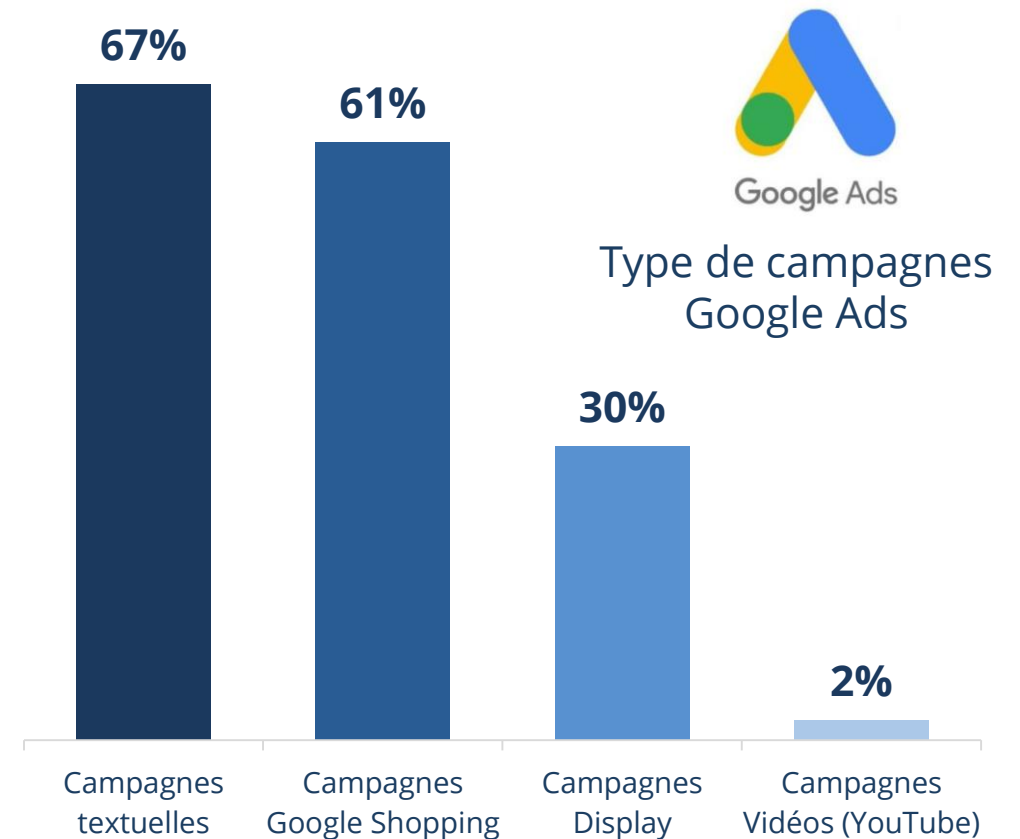


85 % des sites qui utilisent Google Ads sont rentables



Google Ads : les e-commerçants montent en compétence et utilisent plusieurs canaux publicitaires

- ✓ Les campagnes textuelles restent le premier dispositif promotionnel utilisé par les e-commerçants (**67%**)
- ✓ L'envoi du catalogue sur Google shopping est également un canal très utilisé (**61%**)
- ✓ L'utilisation significative du display en complément des canaux précédents illustre la dynamique multicanale des e-commerçants (**30%**)
- ✓ Les publicités vidéos sont encore sous utilisées (**2%**)
- ✓ Les e-commerçants maîtrisent de mieux en mieux ces concepts assez innovants.



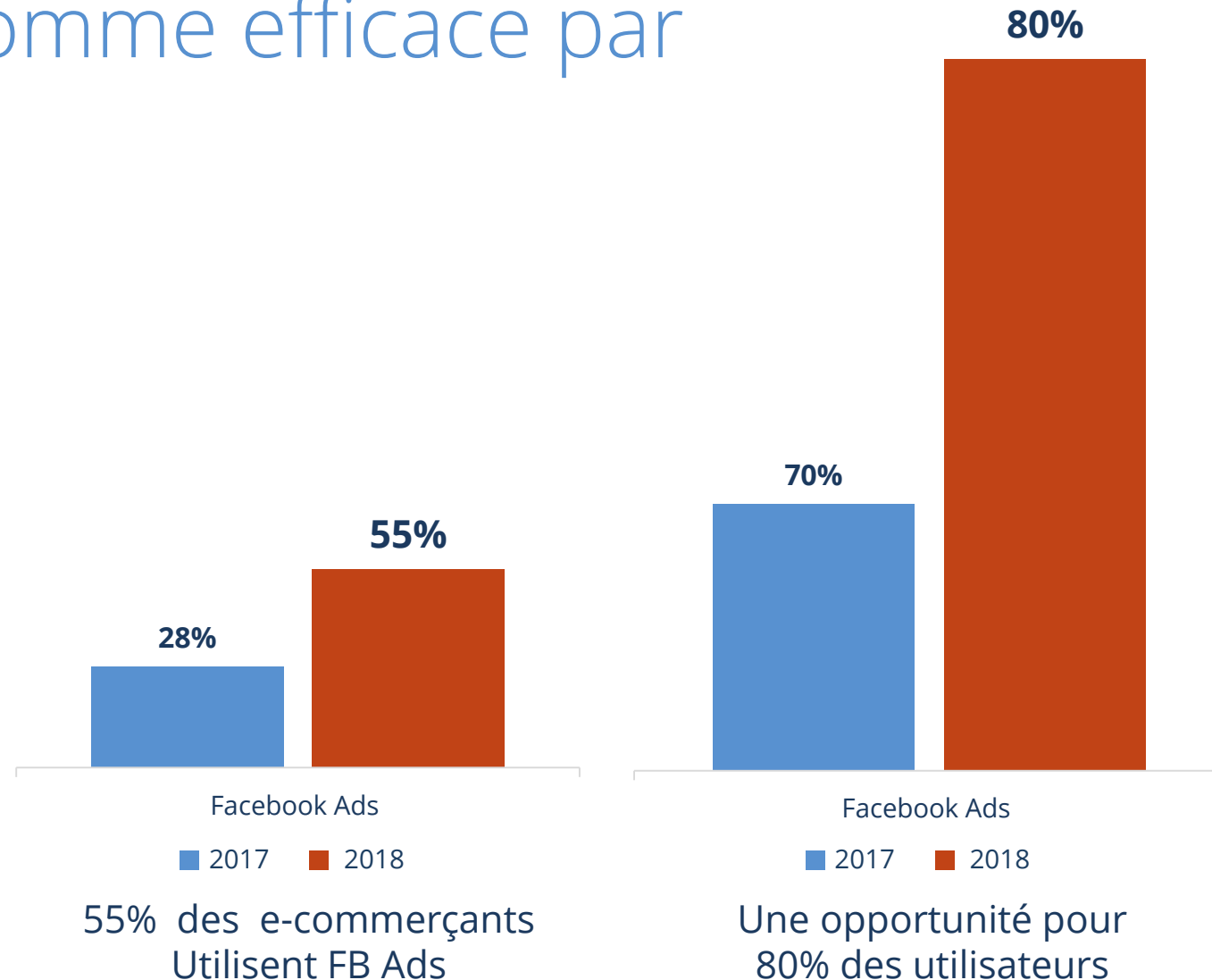
FaceBook Ads reconnue comme efficace par 80% de ses utilisateurs

✓ Facebook Ads gagne du terrain

- ✓ **55%** (vs 28% en 2017) des e-commerçants (1) utilisent l'outil payant Facebook Ads dans leur stratégie marketing. Une progression de 27 points
- ✓ **80%** (vs 70% en 2017) des utilisateurs de Facebook Ads perçoivent l'outil comme une opportunité de développer leur CA. Une progression de 10 points



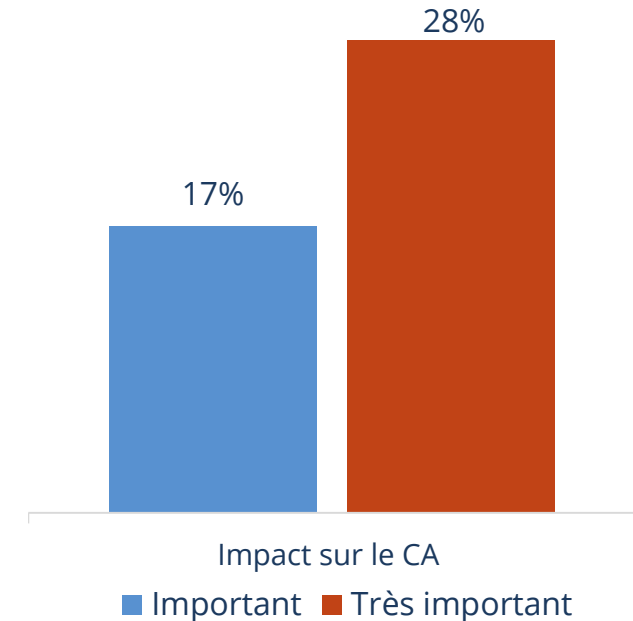
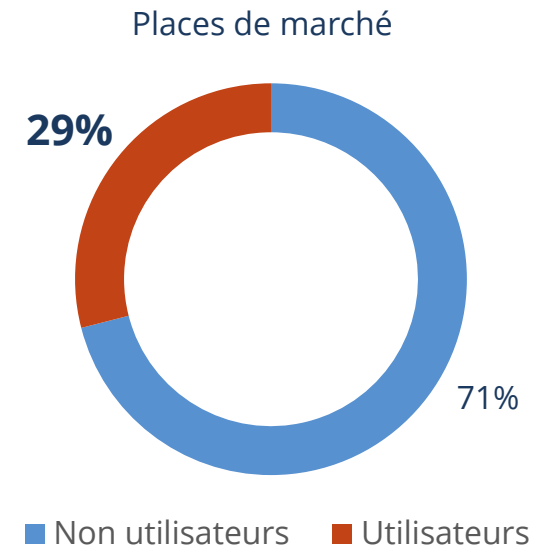
82 % des sites qui utilisent Facebook Ads sont rentables



Places de marché: un impact significatif sur le CA pour 45% des utilisateurs

- ✓ Un potentiel encore sous exploité avec seulement **29%** des sites marchands qui les utilisent
- ✓ **45 % des vendeurs sur les places de marché déclarent que l'impact sur leur CA est important (11 à 20% de leur CA) à très important (de 21% à 100%)**

79 % des sites qui utilisent les places de marché sont rentables

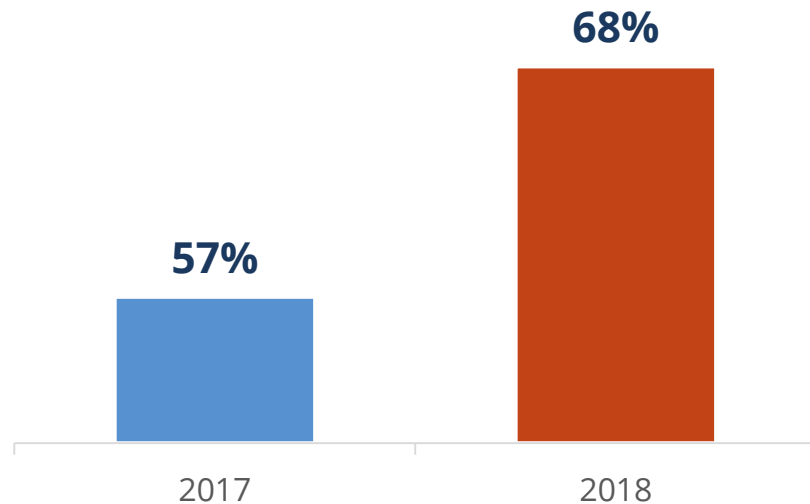




Fidélisation

Les e-commerçants adoptent massivement les stratégies de fidélisation

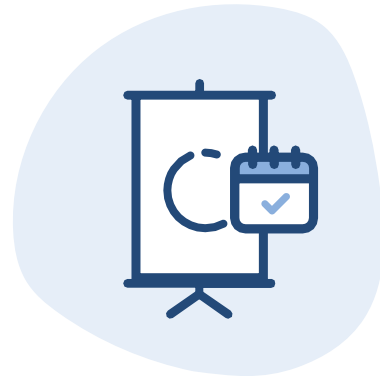
- ✓ Pour **68 %** (vs 57% en 2017) des e-commerçants, les clients existants représentent une part importante (>10%) ou très importante (>30%) de leur CA



Des actions marketing ciblées en croissance

- ✓ Pour près de ¼ des e-commerçants, le mailing est le principal levier de fidélisation
- ✓ Les actions plus ciblées et personnalisées connaissent une nette progression

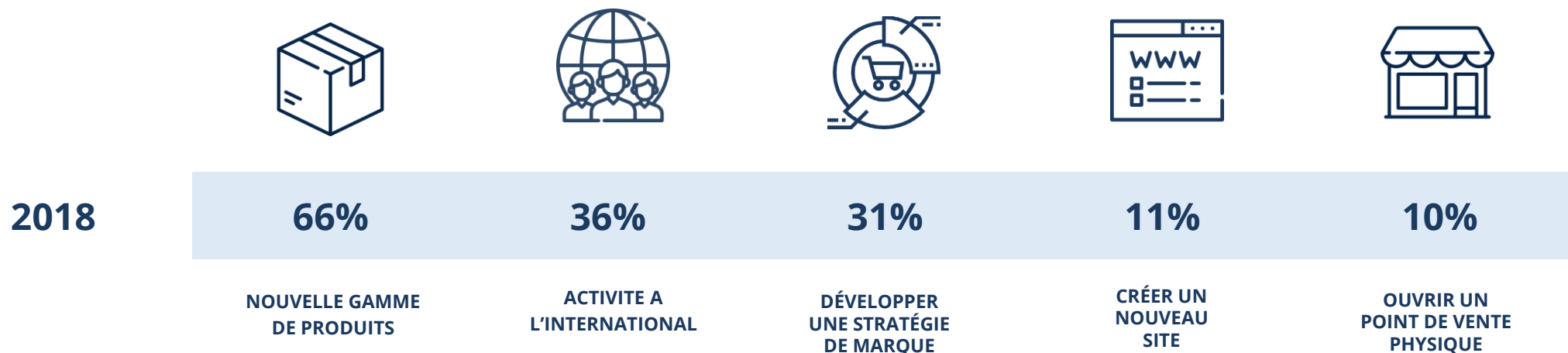
Action N°1 pour fidéliser ses clients*	2017	2018
Les Newsletters	24%	23%
Les promotions et exclus (ventes privées...)	9%	13%
Les points fidélité	9%	10%
Les offres personnalisées selon profil	5%	9%
Le parrainage	4%	9%
Les facilités de paiement	7%	4%
Les SMS Marketing	2%	4%



Projets de développement

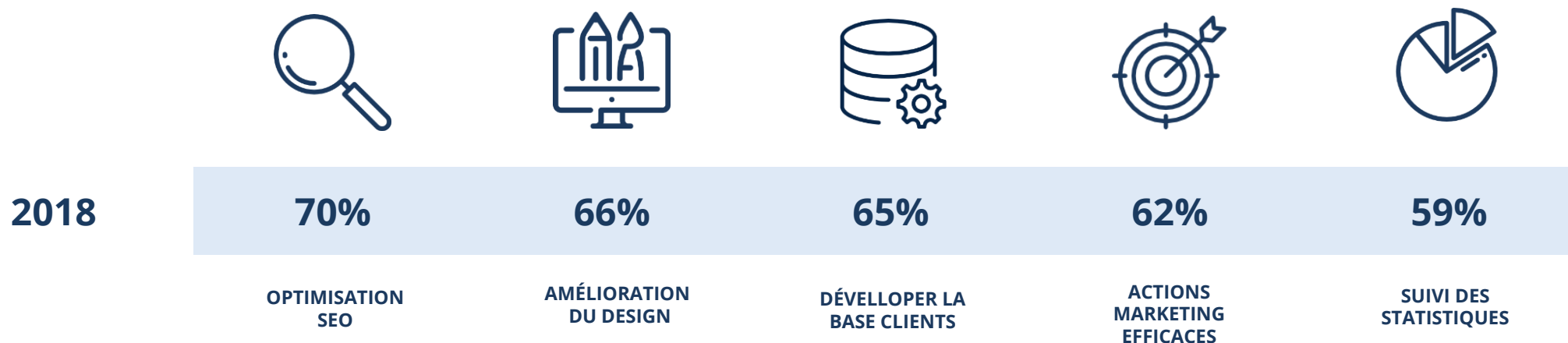
Les e-commerçants mettent en œuvre des stratégies de croissance ambitieuses

“Avez-vous des projets de développement pour votre activité ?”



Un croissance qui nécessite un haut niveau d'expertise

"Quels besoins avez-vous identifié pour réussir le développement de votre site e-Commerce ?"





Conclusion

Emploi, territoire, export, croissance : les bénéfices clés du e-Commerce

Un potentiel de croissance majeur pour toutes les PME

- ✔ Positionnement réussi sur les mêmes secteurs d'activités que les grands acteurs du web
- ✔ Maîtrise des nouveaux outils marketing
- ✔ Activité e-commerce en croissance et rentable
- ✔ Impact positif pour 80% des commerçants traditionnels
- ✔ Marché e-commerce BtoB en plein essor
- ✔ Accès direct aux ventes à l'international

Un impact positif pour l'économie française

- ✔ Forte implantation dans petites communes
- ✔ Vecteur d'internationalisation performant
- ✔ Une augmentation des embauches sur des métiers à forte expertise (commercial, marketing)



Oxatis

Grazie | Merci | Thank you | Gracias

Gràcies | Danke | Bedankt | Obrigado



Nous contacter

Marseille

171 bis de la Madrague Ville
13002 Marseille

04 86 26 26 26

Paris

50 avenue Daumesnil
75012 Paris

01 76 47 97 13

London

Rosemount House, Rosemount Avenue,
West Byfleet, Surrey, KT14 6LB

0845 129 4800

Barcelona

Calle de Aragón, 264 - 1^o 2^a
08007 BARCELONA, España

93 242 50 06

Milan

Via Yuri Gagarin 205,
61122 Pesaro (PU)

0721/42661

Hambourg

Überseeallee 1
20457 Hamburg

+49 40 468 988 90