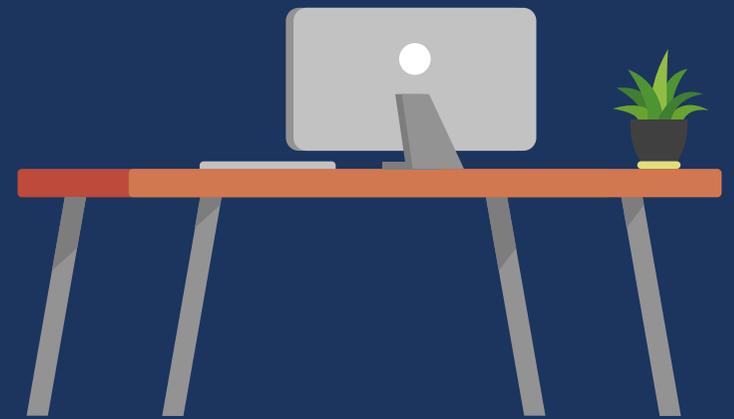




Packlink[®] PRO
Simply Shipping

6 conseils pour obtenir un meilleur rendement de votre commerce



01. Analysez votre niche

Que vendez-vous ? Qui sont vos clients les plus fidèles ? Vous pouvez vous baser sur la connaissance locale et la transformer en une stratégie plus large. Utilisez des caractéristiques spécifiques pour définir vos « *buyer personas* » (démographie, comportement, intérêts et valeurs similaires). Il vous sera ainsi plus facile de répondre aux demandes du marché, même sans relation directe.

Un commerce de pharmacies, par exemple, peut élargir son offre et rajouter des suppléments si ses acheteurs sont aussi passionnés de sport.



02. Créez vous-même votre site internet

Vous n'avez pas besoin d'être développeur web pour créer une boutique en ligne ! Il existe des plateformes qui vous permettent de créer des sites web en quelques étapes, tout en soignant l'esthétique et l'utilisabilité.

[Wix](#), par exemple, se base sur un système glisser-déposer très intuitif. [PrestaShop](#) permet de séparer les contenus, les graphiques et la programmation pour que chaque professionnel se charge d'une section différente. Mais il existe bien d'autres outils !

03. Créez votre catalogue en ligne

L'étape suivante consiste à organiser les produits dans le catalogue (surtout s'il y a des marques différentes dans votre magasin virtuel). Vous pouvez les classer **par marques** ou **par fonctionnalités**.

Comment ?

Posez-vous la question : « Mes acheteurs connaissent-ils les marques que je vends ? »

- ✔ **Oui** : tournez-vous vers un classement qui fasse ressortir la marque.
- ✘ **Non** : préférez un classement qui mettra en lumière la fonction.

Pour les vêtements, par exemple, c'est souvent la force de la marque qui incite le consommateur à acheter. Au contraire, dans le B2B, c'est plutôt l'aspect pratique-fonctionnel qui est le plus intéressant.



04. Développez une stratégie SEO

Travailler le SEO vous permet d'optimiser le taux de conversion jusqu'à faire doubler le trafic et les ventes de votre site internet.

Comment ?

Identifiez la façon dont vos clients recherchent un produit en particulier sur le net :

- **Identifiez les mots-clés** qui répondent à la demande d'information de vos utilisateurs potentiels. Servez-vous du **Keyword Planner** de Google ! C'est un outil gratuit qui vous permet de sélectionner les bons mots-clés à inclure dans vos publicités de Google Ads et de connaître des données utiles en lien avec l'impact et le rendement de ces mots.
- **Utilisez-les dans les textes** de votre site internet, lorsque vous rédigez des fiches produit qui vont répondre à un besoin en particulier avec les bons mots.
- N'oubliez pas **d'optimiser l'URL** : saisissez là aussi votre mot-clé de référence pour que le moteur de recherche trouve facilement votre page.

05. Faites la publicité de votre boutique en ligne

Environ 75 % des personnes qui ont acheté un produit l'ont vu pour la première fois sur les réseaux sociaux.

Il est essentiel de bâtir votre présence en ligne !

Comment ?

- **Identifiez les canaux** que votre public fréquente le plus.
- **Choisissez un ton** pour votre marque : cela va définir la façon dont vous allez communiquer avec votre public.
- **Élaborez un plan média** de publications continues et intéressantes. Pensez à varier vos contenus :
 - informatifs (« qui sommes-nous », « nos activités » et « comment ça marche »),
 - orientés vers l'engagement (afin de créer une communauté),
 - éducatifs (associés à l'objectif de conversion).

N'oubliez pas : les réseaux sociaux sont également un canal de vente. De nos jours, les clients peuvent acheter sur les boutiques de Facebook et d'Instagram directement à partir des publications.

06. Choisissez le bon outil pour les expéditions et les livraisons

En maximisant le degré d'automatisation de vos tâches, cela va vous aider à accélérer et à simplifier vos processus, mais aussi à proposer à vos clients une expérience optimale. La première étape consiste **planifier les expéditions à travers un seul outil**. [Packlink PRO](#), par exemple, s'intègre à votre boutique en ligne et vous permet d'importer et de contrôler avec souplesse les commandes reçues, ainsi que d'effectuer les envois avec des services nationaux ou internationaux, **en économisant jusqu'à 70 %**, tout cela sans contrats ni frais mensuels.

