



CAP DIGITAL

« Site vitrine, site marchand, marketplace, réseaux sociaux : quelle stratégie e-commerce pour quels bénéfices ? »

Facebook LIVE



Entreprises, prenez
le virage du numérique,
la CCI vous accompagne



un dispositif **cci**
NOUVELLE-CALÉDONIE

Un dispositif **d'accompagnement gratuit** pour aider les entreprises à prendre **le virage du numérique**

Qu'attendre de ce dispositif ?

- 📶 RDV individuel avec un conseiller CCI spécialisé en digital afin de réaliser un diagnostic approfondi et proposer un plan d'action adapté et priorisé
- 📶 Evénements gratuits animés par des professionnels du numérique pour aborder des thématiques digitales variées liées au monde de l'entreprise
- 📶 Orientation vers les bonnes solutions digitales et les professionnels du numérique

Un dispositif conçu selon vos besoins

Nos événements sont calqués sur les **besoins des entreprises exprimés** lors de l'enquête réalisée par la CCI fin 2020 :

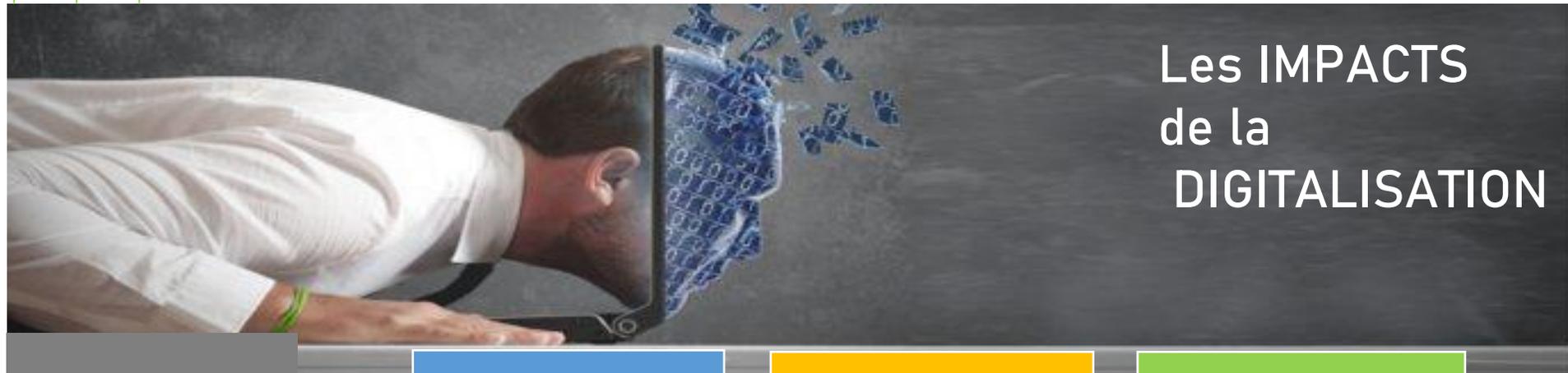
- 🟠 Le marketing digital
- 🟠 La sécurité de les systèmes d'information
- 🟠 Les logiciels et applications spécifiques à des métiers
- 🟠 Les outils collaboratifs
- 🟠 La culture du digital

Retrouvez toute la programmation sur www.cci.nc.

☎ -24 40 22
✉ digital@cci.nc
🌐 www.cci.nc
📱 CCI-NC

cci
NOUVELLE-CALÉDONIE

➡ Pour en savoir plus sur le dispositif et les rencontres proposées [cliquez ici](#) ou sur les visuels ci-dessus



Les IMPACTS de la DIGITALISATION

IMPACTÉS par
la
DIGITALISATION

GESTION
DES
PROJETS

CŒUR
DE
MÉTIER

DÉVELOPPEMENT
de MARCHÉS &
de PARTS de
MARCHÉS



APPORTS de
la
DIGITALISATION

TRAVAIL
COLLABORATIF

PROCESS
INTERNES

COMMUNICATION
VISIBILITÉ &
E-COMMERCE

ce matin nous sommes ici ▶



Une approche sous le
signe des ÉCHANGES
pour aborder VOS
enjeux de
COMMUNICATION
DIGITALE dans un
format COLLABORATIF
!

I. Comment être présent sur le web ?

> #Pourquoi #Comment #différents supports*

II. Vendre en ligne

> #différentes techniques [#différents supports]

III. Conforter/réviser sa stratégie !

> #différents outils par *LaPtit'Agence*

+Zoom Click &
Collect

I. COMMENT ÊTRE PRÉSENT SUR LE WEB ?

Une approche sous le
signe des ÉCHANGES
pour aborder VOS
enjeux de
COMMUNICATION
DIGITALE dans un
format COLLABORATIF
!

1. Pourquoi ?
2. Comment ?
3. (sur) quoi ?





POURQUOI JE communique AVEC le numérique ?

1. Les USAGES
Internet &
Réseaux
Sociaux en NC

2. Les RAISONS
d'un usage
professionnel

Rappel de la Matinale

Synthèse - car sur 10 Calédoniens

QUOI

2. Développer
ses VENTES de
produits et
services

Rappel de la Matinale

8 utilisent INTERNET !



6 sont présents sur au moins
1 Réseau SOCIAL !



5 font du Repérage en ligne*

RESEARCH ONLINE



PURCHASE OFFLINE



*Démarche de Recherche en ligne avant achat



4 pratiquent le E-commerce

POURQUOI

1. Les USAGES Internet & Réseaux Sociaux en NC

les INTERNAUTES CALÉDONIENS consultant au moins 1 RÉSEAU SOCIAL, consultent :

Facebook

92%



Instagram

17%



SnapChat

10%



Twitter

7%



YouTube

5%



Google+

3%



LinkedIn

2%



Pinterest

1%



Rappel de la Matinale

Source

> REPÉRAGE

Tous les âges sont représentés !

- Bon plan
- Promotions
- Arrivage
- Pages commerciales
- Groupes privés
- Avis marques...



COMMENT

JE

communiqué

EFFICACEMENT ?

1. Les ATTENTES
de mes usagers
au cœur de ma
stratégie

2. Des OUTILS
instantanés,
adaptables et
mesurables !

Rappel de la Matinale

COMMENT

1. Les ATTENTES
de MES usagers
au cœur de ma
stratégie

Les **7** bonnes
questions
à se poser
pour une **STRATÉGIE WEB**
performante



Rappel de la Matinale

Source



Pourquoi & comment être présent sur le web ?

➔ Les Matinales



COMMENT

1. Les
ATTENTES de
MES usagers
au cœur de ma
stratégie

7 questions à se poser

1. Quel votre **OBJECTIF** ?
2. Quelle est votre **CIBLE** ?
3. Quelle **ATTENTE** sur votre cible ?
4. Qui êtes-**VOUS** ?
5. Quel est votre **TERRITOIRE** de **DIALOGUE** ?
6. Quels **CONTENUS** ?

1. Quels **OUTILS** ? (« enfin » !)

Rappel de la Matinale

[Source](#)

COMMENT

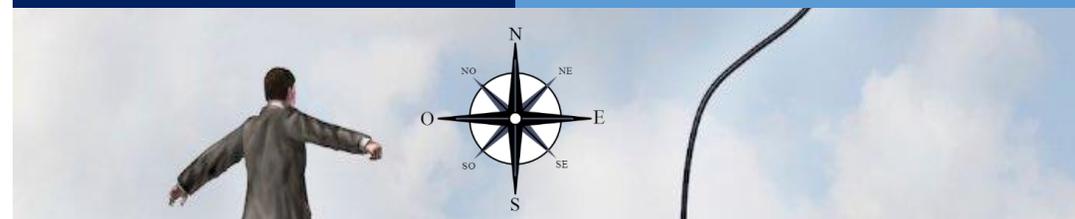
oui...mais lesquels ?

2.Des OUTILS
instantanés,
adaptables et
mesurables !

Rappel de la Matinale

Les
SITES WEB « HOME »

MOTEURS de recherches
et ANNUAIRES



Les
RÉSEAUX SOCIAUX

Les SITES
WEB MARCHAND



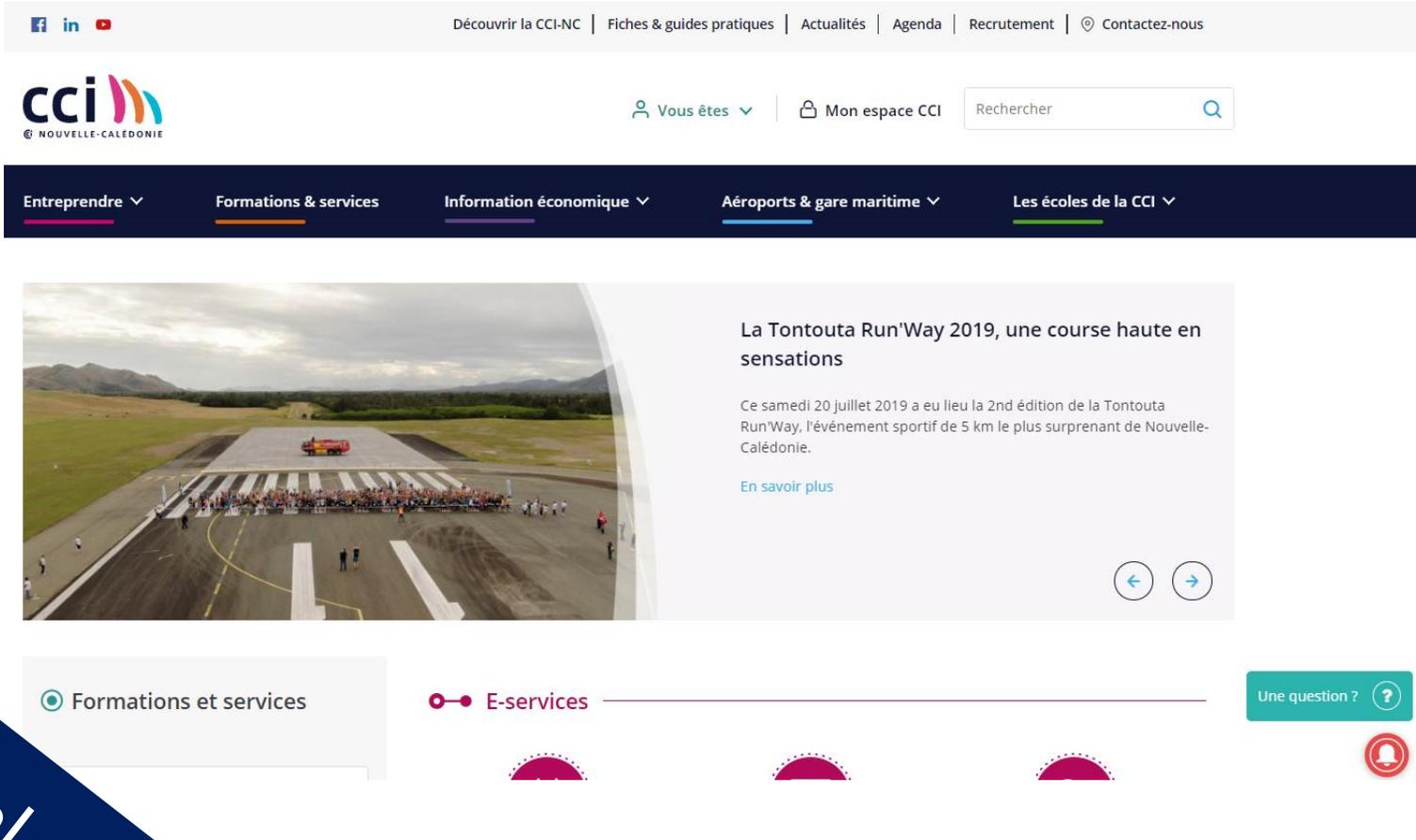
Pourquoi & comment être présent sur le web ?

Les Matinales



les SITES WEB « HOME »

votre « Maison, Bureau & vitrine officielle »



COMMENT
2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables !

Rappel de la Matinale

► Pensez « Data & Mobile First » !

Mon IDENTITÉ à l'heure du numérique !

Image issue du [site internet de la CCI Nouvelle-Calédonie](#)





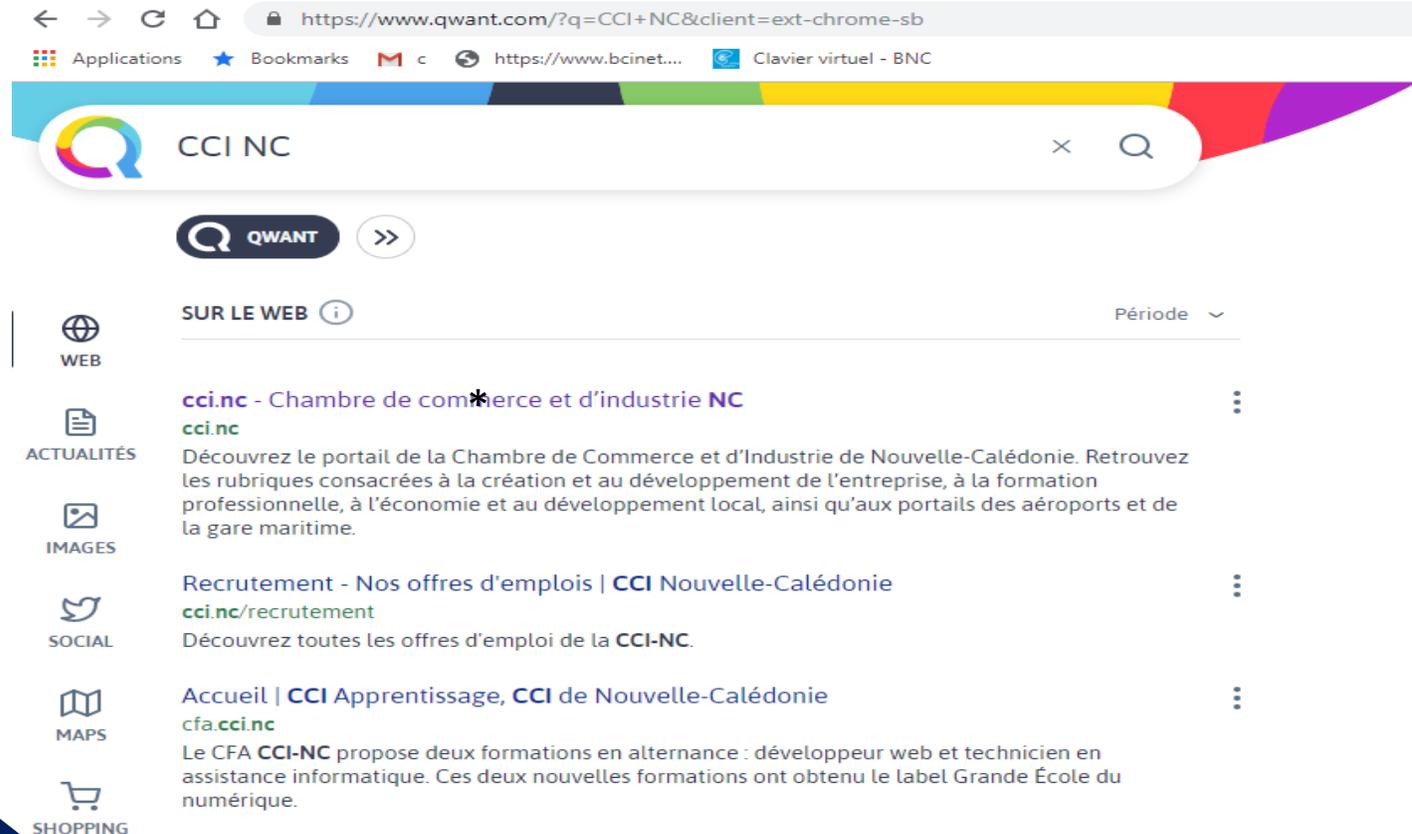
Pourquoi & comment être présent sur le web ?

Les Matinales



les MOTEURS de RECHERCHE (& Annuaire *)

vos références en ligne !



COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables !

Rappel de la Matinale

*Plusieurs annuaires sont disponibles en NC !

les COORDONÉES / ANNUAIRE* à l'heure du numérique !

des pompiers à l'aéroport de Noumea-La Fontouta (NFA) cette semaine nuit pompiers du Vanuatu, dans le cadre du partenariat signé en 2017 entre la CCI-NC et Airports Vanuatu Limited (le gestionnaire de tous les aéroports du Vanuatu).



Pourquoi & comment être présent sur le web ?

Les Matinales



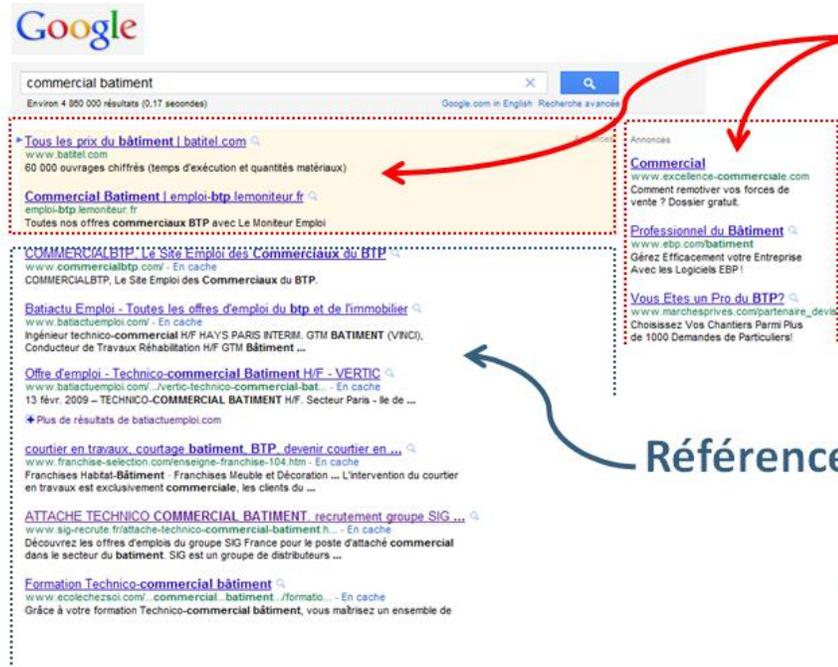
les MOTEURS de RECHERCHE

vos références en ligne !

COMMENT

2. Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables !

Rappel de la Matinale



Google Adwords

= S.E.A.
Search Engine Advertising

= annonces
= liens sponsorisés

Référencement naturel

= S.E.O.
Search Engine Optimization

= liens naturels
= liens organiques



* Accès à l'article d'expert
« *Référencement Internet - Un impératif de visibilité sur le Web* »

par Ludovic DANTENY (Mon Coach Webmarketing)

Le Référencement peut être « naturel » (SEO -> « Gratuit ») ou « sponsorisé » (S.E.A -> Payant) !*

Source



Pourquoi & comment être présent sur le web ?

Les Matinales



les RESEAUX SOCIAUX

vosre communauté de « fans », de suiveurs

COMMENT

2.Des OUTILS instantanés, adaptables et mesurables !

Rappel de la Matinale



Des outils pour amener du flux de visiteurs (prospects, clients) vers votre site, votre enseigne !

Image issue de la page Facebook de la CCI Nouvelle-Calédonie

les RESEAUX SOCIAUX le partage par le réseaux de suiveurs

COMMENT

2.Des OUTILS
instantanés,
adaptables et
mesurables !

Rappel de la Matinale



... touchez et
... suiveurs, ils
PAR... FUSENT
... us !



Même sur 1 réseau
social où VOUS n'êtes
PAS présent !

Source

les SITES WEB « MARCHAND » votre magasin personnalisé !

COMMENT

2.Des OUTILS
instantanés,
adaptables et
mesurables !



Mon compte | Contactez-nous | Tél : 41 53 53

Inscription à la NEWSLETTER

Panier
Votre panier est vide
Voir le panier

Les produits | Par occasion | Par couleur | Par budget | Accessoires & cadeaux | Rechercher...

Ajoutez un cadeau à votre bouquet avec la gamme DURANCE en Provence

Les senteurs d'intérieur DURANCE en Provence sont maintenant disponibles dans la rubrique ACCESSOIRES & CADEAUX!
Vous souhaitez ajouter un cadeau à votre bouquet ou composition florale! Choisissez parmi la gamme de bougies parfumées, parfums d'ambiance, brumes d'oreiller & bouquets parfumés (tiges de rotin)!

>> TOUT VOIR

Voir nos tarifs de LIVRAISON

Rappel de la Matinale

► Pensez « Data
& Mobile
First » !

Image issue du site
web marchand de
flower_shop

ant et en vente de vos produits... Et uniquement les vôtres !



Sur QUOI

COMMUNIQUER ?

Rappel de la Matinale

1. MA stratégie de communication est UNIQUE,

2. Développer ses VENTES de produits et services

comme mon Offre... qui reste ce qu'elle est !
sans trompe l'œil

QUOI

1. MA stratégie
de
communication
est UNIQUE,

Rappel de la Matinale



mon CONTENU doit la valoriser avec détails des Produits &
Services !

II. VENDRE EN LIGNE



1. #différentes techniques
2. [#différents supports]



préambule

c'est QUOI vendre en ligne ?#

en savoir plus sur
stratégie e-commerce
CCI Fr IdF

définition "e-commerce" :

vente de produit &/ou de services par des moyens électroniques*

* paiement et livraison « non
obligatoire » (ISEE)
➔ Réservation = e-commerce !

Comment vendre en LIGNE ?#

en savoir plus sur
les OUTILS de vente en
ligne (matinale CCI NC
& ONNC)

≠ supports

- site [marchand]
- marketplace
- réseaux sociaux



≠ supports

site [marchand]

! RGPD !

définition :

page web/internet de
votre enseigne

c'est votre "vitrine
officielle" [proposant le
paiement voire la livraison]*

! *présente uniquement
VOTRE catalogue !

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

≠ supports

site [marchand]

! Responsive
Design / Mobile

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

en pratique :

paiements possibles

- ➔ en ligne par CB, paypal...
- ➔ à la livraison/lors du retrait

livraison* non obligatoire

➔ click & collect !

* Utilisez flotte de véhicule ;
services livraison pro ; colis ;
points relais ... !



≠ supports
marketplace

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

définition :

place de marché
en ligne
= plateforme de
vente en ligne

> A tester sur 1 ou
2 produits ?

solution « clé en main »
! plusieurs entreprises (& leurs
catalogues) au même « endroit » !



≠ supports
marketplace

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

exemples :

amazon
e-bay

...

mais aussi

[pacifikmarket.nc](#)*

[shop.nc](#)**

! plateformes néo-calédoniennes !
*dédiée aux art kanak
**générique tous produits & services



≠ supports réseaux sociaux

en savoir plus sur
les Réseaux Sociaux en
NC (matinale CCI NC &
ONNC)

définition :

site qui permet de créer une
page afin de partager et
d'échanger des contenus* avec
sa communauté

⇒ votre « rabatteur »** !

* informations, photos, vidéos, post et
promotion (sponsoring)...

** si vous disposez d'un site



≠ supports
réseaux sociaux
...pour
quels
clients ?

en savoir plus sur
« Créer sa page Facebook Pro »
(atelier CAP relance 2020 CCI NC &
ONNC)

exemples * :

Facebook → BtoC
LinkedIn → BtoB

... et aussi
TikTok → BtoC / Jeunes
...etc

! outil gratuit
→ 1 e-mail suffit pour créer votre
profil, puis votre page !



Comment VENDRE en ligne ?#

en savoir plus sur les TECHNIQUES de communication et vente en ligne (CCI)

≠ techniques

- web-to-store
- social selling
- click and collect



≠ techniques
web-to-store

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

définition :

repérage en
ligne avant
achat en
magasin *

* pratiqué par
le chaland/prospect/client



≠ techniques
web-to-store

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

vous n'en maîtrisez pas la
pratique mais ...

être visible [est
indispensable]
pour vendre*

* pratiqué par
1 Calédonien sur 2



≠ techniques
social selling

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

définition :

utiliser les
réseaux sociaux
pour développer
des ventes



≠ techniques
social selling

en savoir plus via
[CCI Paris IdF](#)

en pratique :

promouvoir votre
catalogue, asseoir
votre image...
voire ramener du
trafic sur votre site
et/ou la marketplace*

* Facebook propose
désormais sa marketplace

!

≠ techniques
click and collect

en savoir plus via

- [CCI Paris IdF](#)
- [CCI Fr](#)

⇒ commande à distance puis retrait en votre « magasin »* ... ou un autre !

*sous réserve : pratique qui peut être autorisée durant le confinement même si votre enseigne ne peut accueillir du public !

≠ techniques click and collect

en savoir plus via

- [CCI Paris IdF](#)
- [CCI Fr](#)

en pratique :

réservation en
ligne ou par téléphone
(...etc.)

retrait piéton*
et/ou en drive**

! respecter la distanciation !
*piéton = marquage au sol
**drive = chargement direct dans
coffre du véhicule



CLICK & COLLECT !

Zoom Click & Collect

la commande

- avec site [marchand]
- sans site



Quelle stratégie e-commerce pour quels bénéfices ?

Les Ateliers



≠ commande

➔ via votre site

* possible sans induire le paiement (➔ réservation !)

Zoom Click & Collect

réservation
directement sur
votre site
[marchand *]
responsive
design**

**l'affichage de votre site doit pouvoir s'adapter aux écrans de petites tailles (smartphones & tablettes)

≠ commande

⇒ sans site

Zoom Click & Collect

reservation via

- marketplace
(pacifikmarket, shop
nc...etc.)

⇒ en fonction de
votre contrat, tout
peut être géré pour
vous* !

*les gestionnaires de la marketplace
peuvent PRENDRE EN CHARGE
GESTION DES STOCKS, PAIEMENTS
ET « LIVRAISONS »
(incluant retrait des colis par le
client)

≠ commande

➔ sans site

Zoom Click & Collect

reservation via

- réseaux sociaux
(Facebook/messenger,
LinkedIn, Whatsapp...)
- téléphone :
 - appel
 - sms
- ...

➔ tout moyen ! *

*le « e-commerce » n'implique pas le paiement et la souscription de livraison en ligne, mais ASSUREZ-VOUS DE LA VIABILITÉ DE LA RÉSERVATION/COMMANDE !



CLICK & COLLECT !

Zoom Click & Collect

mise en place
& logistique

- stocks
- livraison / retrait
- paiement
- sav



≠ logistique

⇒ stocks

Zoom Click & Collect

gestion

vigilance sur les
« modalités » !
⇒ stock réel ou
théorique ? *

*en fonction des modalités mises en place et/ou de votre accord, la gestion des stocks diffère...
ATTENTION aux RUPTURES !

≠ logistique

⇒ livraison* ?

⇒ retrait !

retrait possible

- en « point relai » !
- en votre magasin ?

* le principe de livraison n'est pas « click & collecte », c'est une pratique du e-commerce « classique »

Zoom Click & Collect

≠ logistique

➔ retrait en
point
relai* !

* définition :
entreprise
« tierce » qui

1. reçoit votre colis
2. le remet à votre client

* une liste des points relais
identifiés à date est/sera
disponible sur les sites de la CCI
NC, de l'ONNC, et du syndicat des
commerçants NC !

Zoom Click & Collect

≠ logistique

➔ retraits en
point
relai
ou
magasin

possibles en
mode

- « drive »*
- piéton*

*dans le respect des
protocoles
sanitaires !

Zoom Click & Collect

Zoom Click & Collect

≠ logistique

➔ retrait
drive

principe « sanitaire »

1. le client (masqué) arrive en véhicule sur la zone « parking » (et/ou dédiée)
2. il ouvre son coffre (ou porte)
3. vous / le gestionnaire (masqué) déposez le colis

➔ vente

* proposez au besoin du désinfectant de surface !

Zoom Click & Collect

≠ logistique

➔ retrait
piéton

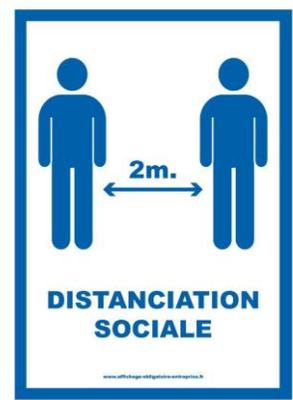
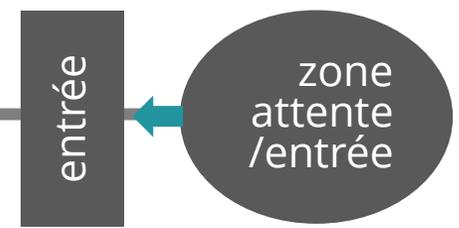
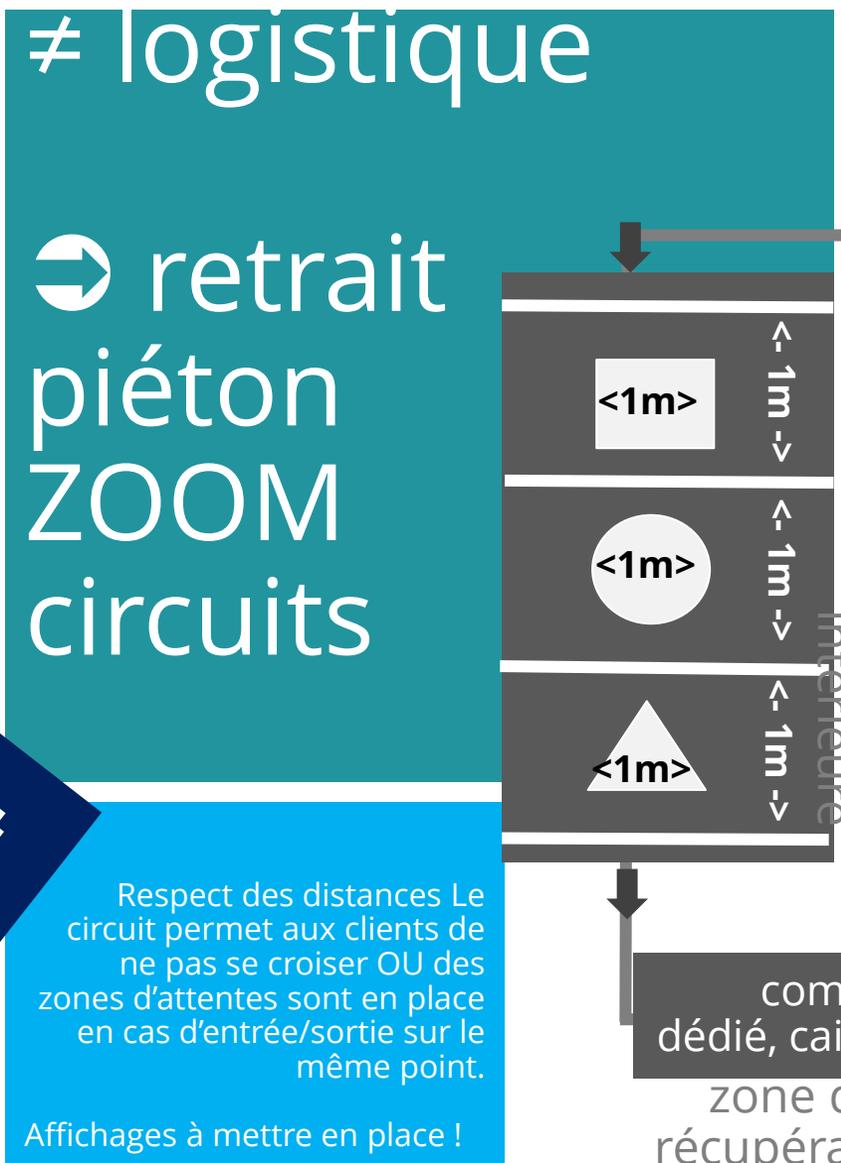
principe « sanitaire »

1. le client (masqué) arrive devant ou dans votre magasin/point relais
2. il suit le parcours mis en place
3. vous / le gestionnaire (masqué) lui remettez le colis

➔ vente

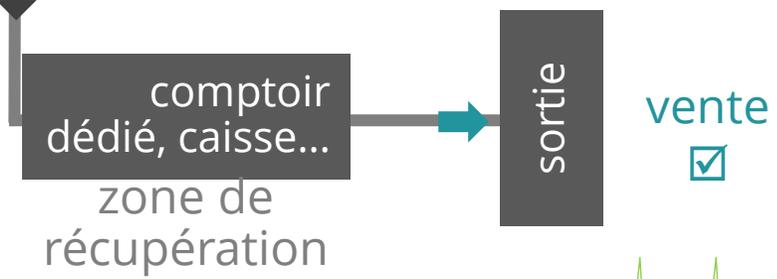
* proposez au besoin du gel hydroalcoolique, voire des masques !

Zoom Click & Collect



Respect des distances Le circuit permet aux clients de ne pas se croiser OU des zones d'attentes sont en place en cas d'entrée/sortie sur le même point.

Affichages à mettre en place !



≠ logistique

⇒ paiement

Zoom Click & Collect

possible

- en ligne
et/ou *
- sur site de
retrait**

*vous avez peut-être des modalités
d'acomptes versés en ligne ?!
** Dans le respects des protocoles
sanitaires > le « sans contact » à
favoriser !

≠ logistique

⇒ sav

Zoom Click & Collect

règles...
& bon sens !

- afficher & respecter les obligations légales /retours de marchandises
- informer & sensibiliser* vos clients sur les enjeux pour vous !

*tous engagés pour la lutte contre le gaspillage en contexte îlien et la solidarité vers nos commerces/commerçants ?!

le click & collect liens utiles !

en savoir plus via
la liste ci-dessous et
sites CCI & ONNC en
slide suivante !

Zoom Click & Collect

GOUVERNEMENT NC

- [Info Gouv / magasin/activités qui peuvent ouvrir ou non](#)
- [Gestes barrières](#)
- [Entretien des locaux](#)
- [Entretien des véhicules](#)
- [Établissements accueillant du public \(page 4 !\)](#)

SMIT NC

- [Désinfection](#)
- [Travail en caisse](#)
- [Chauffeurs/Livreurs](#)

FEVAD Fédération des Entreprises de Vente à distance (Fr)

- [Commerce textile sur SAV !](#)
- [Nouvelles règles / retours produits /commande Internet \(2020\)](#)

Haut Conseil de la santé publique (Fr)

- [Reco / textiles & Co](#)



**CAP
DIGITAL**

« Site vitrine, site marchand, marketplace, réseaux sociaux : quelle stratégie e-commerce pour quels bénéfices ? »

Facebook **LIVE** ✓

Pour en savoir plus sur le dispositif et les rencontres proposées [cliquez ici](#) ou sur les visuels