



Pour lancer votre activité en ligne

GUIDE PRATIQUE



Transformez votre idée en entreprise fructueuse

Félicitations, vous avez trouvé l'inspiration et décidé de la lancer sur le marché.

Votre nouvelle aventure peut représenter une source de revenus et entraîner un sentiment d'accomplissement tout en satisfaisant les besoins de vos clients. Ce guide est une feuille de route qui vous aidera à vous lancer dans l'e-commerce et à commencer à vendre en ligne.

- ❖ Lancer son site : créer ou acheter ?
- ❖ Choisissez le nom de domaine adapté.
- ❖ Pensez mobile en priorité pour le design web.
- ❖ Choisissez le meilleur panier.
- ❖ Maîtrisez les stocks et la gestion des commandes.
- ❖ Abordez l'intégration de la comptabilité.
- ❖ Gérez la sécurité et la conformité.
- ❖ Évaluez et développez votre réussite.



Votre aide-mémoire





LANCER SON SITE : CRÉER OU ACHETER ?

Faut-il créer entièrement, acheter ou personnaliser votre site ?

Décider de créer votre propre site e-commerce ou d'accéder à une solution clés en main ou personnalisée est l'un des premiers choix à faire pour lancer une activité en ligne. La décision se résume à 3 questions :

1

La création de votre propre site vous donnera-t-elle un avantage concurrentiel ?

2

Est-il plus pertinent et rentable de créer, lancer et gérer votre propre site (serveur, logiciel et assistance) que de payer des frais récurrents pour une solution clés en main ?

3

Connaissez-vous tous les tenants et aboutissants de l'e-commerce pour créer votre propre site ou pour gérer un entrepreneur ou un organisme ?

Si vous personnalisez votre site, dans quelle mesure doit-il être personnalisé ? À quelle fréquence devez-vous modifier les fonctionnalités de base de votre site, en fonction de vos activités quotidiennes et de la croissance prévue ? Si la réponse est "peu fréquemment", comme c'est le cas pour une majorité des entreprises, il est préférable d'investir votre budget dans des services à valeur ajoutée, comme la livraison gratuite et des services d'assistance et un service clientèle de qualité.





“Il n’est souvent pas judicieux de créer entièrement votre premier site. Il existe un avantage concurrentiel à utiliser une solution complète pour des frais mensuels raisonnables.”

Valerio Martelli, responsable partenaires, [PrestaShop](#).





Découvrez comment vous pouvez personnaliser les modèles proposés par les principaux fournisseurs. La majorité des modèles vous permettront de télécharger votre logo, mais dans quelle mesure pourrez-vous personnaliser votre site ?

Pouvez-vous ajouter des vidéos, modifier les palettes de couleurs ou les flux de navigation ?



Chaque solution est-elle adaptable aux tests et au suivi de votre site ? Par exemple, voyez si chaque solution permet de suivre les indicateurs les plus importants pour votre activité.



Évaluez son évolutivité. Peut-être n'avez-vous pas besoin d'outils complexes pour l'instant, mais au fur et à mesure que votre entreprise va se développer, il vous faudra un partenaire capable de s'adapter. Est-il facile d'intégrer une campagne marketing par email ? Accepte-t-elle plusieurs devises ? S'intègre-t-elle à une solution de marketing relationnel (CRM) ?

Prenez en compte ces facteurs pour peser le pour et le contre entre la création et l'achat d'un site

Avantages d'une solution clés en main.

La plupart des solutions de création de site ont déployé des efforts importants en matière de recherche et de développement pour tester leurs modèles afin de stimuler les ventes.

Comme l'explique Valerio Martelli, Responsable partenaires [PrestaShop](#) : "Sauf si votre modèle d'entreprise est éprouvé, votre objectif à ce stade est de tester la viabilité de vos idées." Lorsqu'il s'agit de lancer votre premier site e-commerce, n'investissez pas du temps et de l'argent à réinventer la roue.

1

Budget

La plupart des petites entreprises disposent d'un budget de lancement restreint. Les coûts associés à la création de votre propre site (design, développement, emploi et tests) sont importants. Si vous créez votre propre site, vous devrez payer pour l'hébergement, pour une solution de panier électronique et pour des applications intégrées comme le traitement des paiements.

Comparez le coût de la création et de la maintenance d'une solution développée en interne, aux frais mensuels récurrents d'une solution clés en main. Et demandez-vous si la décision que vous prenez aujourd'hui sera identique à celle que vous prendrez dans un an lorsque vos besoins auront changé.

2

Expertise

Peu de propriétaires de petites entreprises ont les compétences nécessaires pour créer un site e-commerce réussi. Même si vous embauchez un concepteur et un développeur en qui vous avez confiance, il vous faudra tout de même avoir de solides connaissances en matière de conception et de navigation, de fonctionnalités de panier, de temps de chargement des pages, etc. Lorsque des problèmes surviendront, vous devrez donner des instructions et définir une stratégie.

3

Options hybrides

Il existe des options intermédiaires entre la création en interne et la sous-traitance. Avec les logiciels créés par la communauté, tels que [Magento](#) et [OpenSource](#) par exemple, vous pouvez modifier le code source et améliorer les fonctionnalités avec des extensions d'application. Quel que soit votre choix, posez des questions et faites une analyse des coûts, puis choisissez la solution la plus adaptée.



CHOISIR LE NOM DE DOMAINE ADAPTÉ

Conseils pour choisir le nom de domaine adapté

Vous voulez que votre nom de domaine soit facile à retenir, à trouver et à promouvoir ?

Prenez en compte ces conseils lorsque vous prenez vos décisions :

Choisissez un nom court

Les noms courts sont plus faciles à mémoriser, alors n'optez pas pour un nom trop long.

Pensez aux mots-clés

Les mots-clés sont des expressions qui décrivent vos activités. Intégrez des termes que les clients saisissent lorsqu'ils recherchent votre catégorie de produits. Si vous avez une entreprise de promenade de chiens, inclure "promenade" et "chien" dans votre nom de domaine peut améliorer votre classement dans les moteurs de recherche et augmenter le trafic sur votre site. Consultez l'outil de planification des mots-clés [Google Ads](#) pour vous inspirer.

Choisissez un nom de domaine facile à saisir

Les clients peuvent avoir du mal à trouver votre site du fait d'une orthographe "créative" (par exemple, Xperteez) difficile à retenir et à deviner.

Évitez les chiffres, les traits d'union et les caractères spéciaux

Les chiffres peuvent semer la confusion (est-ce "2" ou "deux" ?) et les caractères inhabituels compliquent la mémorisation de votre nom de domaine, surtout pour ceux qui découvrent votre entreprise grâce au bouche à oreille.

Soyez unique

Votre nom de domaine est un aspect important de votre marque. Prenez le temps de faire les choses. Vous pouvez avoir l'impression que tous les bons noms de domaine sont déjà pris, mais il en existe des millions. Faites preuve de créativité et envisagez de nombreuses options avant de faire votre choix.

Prenez en compte votre public

Si votre marché cible est local, par exemple les propriétaires de chiens à Paris, alors PromenadeChienBruxelles.com peut s'avérer être idéal pour vous. Si vous prévoyez de vendre à l'étranger, nous vous suggérons d'opter pour un nom de domaine moins local.

Choisissez la bonne extension

L'extension d'un "domaine Internet de premier niveau" est le texte à la suite du point dans votre nom de domaine, par exemple .com dans paypal.com. À l'origine, il n'en existait que quelques-unes telles que .com, .org, .net, etc. Aujourd'hui, il y en a plus de 1 500, y compris les options liées aux sociétés comme .shop, .store ou .consulting. Pour choisir la meilleure option pour votre entreprise (sans oublier que vous pouvez en acheter plusieurs et les rediriger vers votre site principal), prenez en compte les informations suivantes :

- ❖ 46,5 % des sites internationaux utilisent .com¹.
- ❖ Les domaines de premier niveau et les sous-domaines nationaux, tels que .de, .fr, .ru et .co.uk, sont populaires dans leurs pays. Vous pouvez en choisir un en plus d'un domaine .com si vous ciblez les ventes nationales et internationales.
- ❖ Il existe également des extensions basées sur les villes comme .paris, .madrid, etc.
- ❖ Les domaines de premier niveau plus récents et génériques comme .store, .camera ou .tattoo peuvent inspirer la créativité et énoncer ce que vous faites.



PENSER MOBILE EN PRIORITÉ POUR LE DESIGN WEB

Considérez le mobile comme votre point de départ

L'optimisation mobile n'est plus une simple option pratique, mais une stratégie commerciale essentielle. Un quart des européens achètent sur leurs appareils mobiles 2 à 3 fois par mois. 7 % d'entre eux font des achats tous les jours².

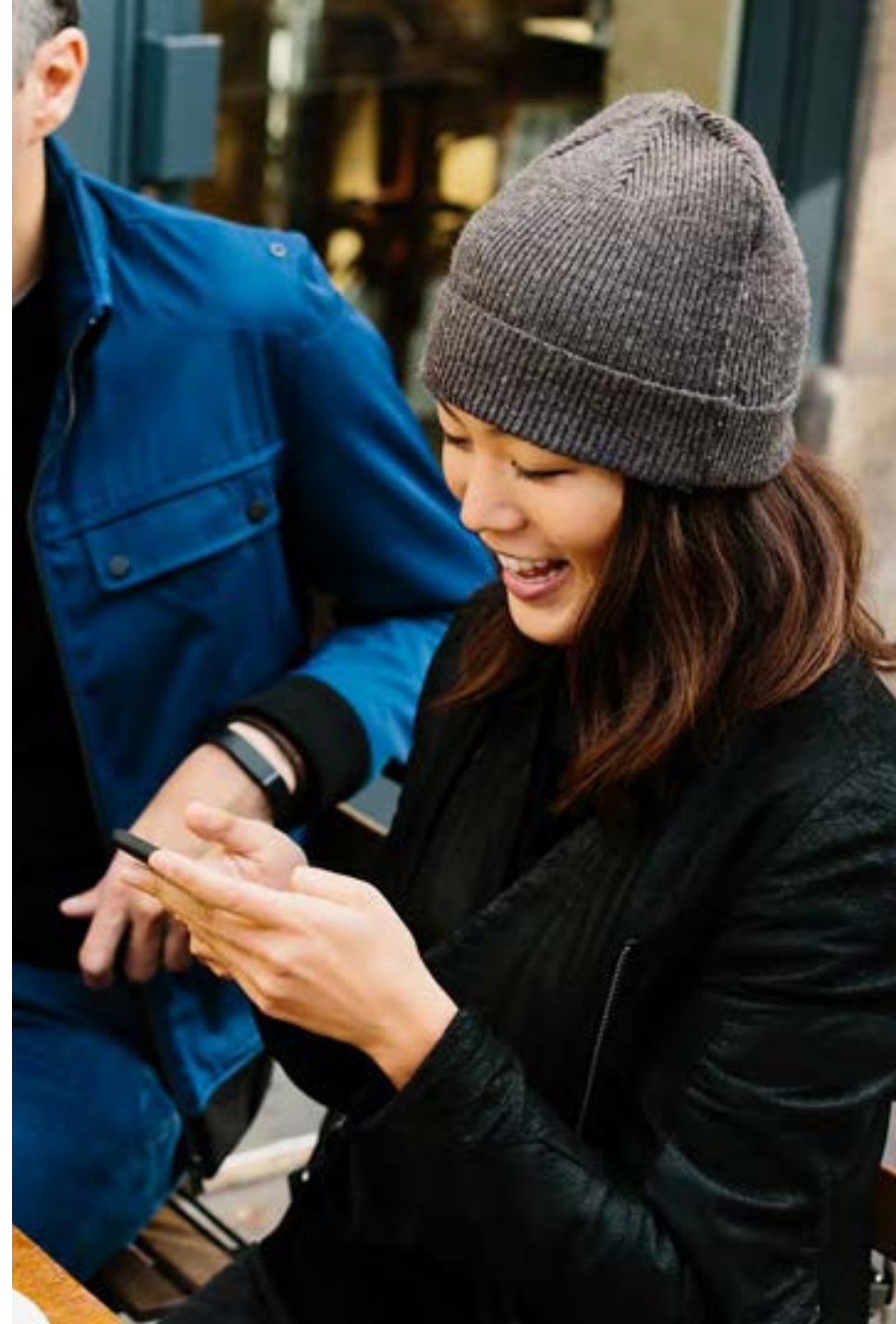
EN QUELQUES MOTS

Ne supposez pas que votre site fonctionne aussi bien sur les ordinateurs de bureau que sur les appareils mobiles : faites un test sur votre téléphone. [Google Developers propose un test mobile utile.](#)

Selon des analystes Forrester, plus d'un tiers (34 %) des ventes, dont celles liées au voyage, dans les 7 plus grandes économies de vente de l'Union européenne (UE) ont été effectuées sur un appareil mobile³. En 2017, PayPal a traité 155 milliards de dollars en paiements mobiles dans le monde entier.

De plus, Google privilégie maintenant les sites mobiles dans les résultats de recherche⁴.

La plupart des solutions clé en main sont optimisées pour le mobile de nos jours, mais pensez à toujours vérifier avant d'acheter. Recherchez des expressions telles que "optimisé mobile", "adapté aux appareils mobiles" ou "compatible avec le commerce mobile". Si vous créez entièrement votre site, il doit être conçu de façon à fournir une expérience sur plusieurs appareils, au lieu de suivre un ensemble de bonnes pratiques pour les ordinateurs de bureau et d'autres pour les appareils mobiles.



Réfléchissez à vos options de développement

Il existe 3 manières de créer un site qui fonctionne bien pour les utilisateurs mobiles :



Conception adaptative

C'est l'approche la plus simple et la meilleure pour les sites personnalisés. Cela permet de créer un site qui fonctionne sur n'importe quel appareil ou écran. Les mises en page fluides, les images redimensionnables et les règles de style réactives permettent d'ajuster les éléments du site pour qu'ils s'adaptent à n'importe quel appareil.



Diffusion dynamique

Cette méthode repose sur 2 ensembles de code (2 sites différents) pour les ordinateurs de bureau et les appareils mobiles. Votre nom de domaine (URL) ne change pas.



Site mobile indépendant

Cette option utilise un nom de domaine différent (et un code différent, etc.) pour les appareils mobiles. Une URL telle que "m.domaine.com" indique un site mobile. Ces sites peuvent être lancés par le biais d'applications mobiles.

Bonnes pratiques de conception mobile

Un site dont la conception est adaptée aux appareils mobiles doit :

1

Aider les visiteurs à trouver ce qu'ils recherchent. Placer au premier plan les appels à l'action. Indiquer votre numéro de téléphone sur votre page d'accueil.

2

Nécessiter moins de défilements, de saisie de données, de clics et de zooms.

3

Prendre en charge un large éventail d'appareils.

4

Utiliser des polices plus grandes et de plus gros boutons, qui sont plus faciles à voir sur un petit écran.

5

Placer les boutons importants (comme Ajouter au panier et Payer) en haut et en bas de chaque page.

6

Optimiser la taille des images pour accélérer le temps de chargement des pages.

7

Simplifier la procédure de paiement pour réduire les abandons de paniers et permettre aux clients de payer sans ouvrir de compte.

8

Proposer un mode de connexion universel pour intégrer de manière transparente le shopping sur tous les appareils : ajouter un article au panier sur mobile, puis confirmer et payer depuis un ordinateur.

9

Proposer une expérience de paiement simple et sécurisée.





Demander aux clients existants un nom d'utilisateur et un mot de passe seulement.

Ne demandez pas aux utilisateurs de saisir à nouveau leur numéro de carte bancaire, leurs informations de livraison et leurs informations de facturation.

Par exemple, [PayPal Option+](#) est un mode de paiement rapide dès le début de votre procédure de panier ou même dès la page produit. PayPal Option+ permet aux clients d'effectuer un achat sans saisir leurs informations, puisque le marchand peut les recevoir de PayPal. Les vendeurs qui ont ajouté un bouton PayPal Option+ sur leurs pages produits ont vu leur taux de conversion augmenter jusqu'à 82 %⁵.

[PayPal One Touch™](#) permet aux clients d'ignorer l'étape de connexion PayPal et de passer directement du bouton PayPal sur votre site au bouton Confirmer sur PayPal, rendant le processus de paiement aussi simple et pratique que possible. Selon une étude de comScore, le taux de conversion de paiement en ligne de PayPal est de 87,5 %, dépassant ainsi son concurrent le plus proche de 36 %⁶.

BONNES PRATIQUES DES APPAREILS MULTIPLES

Que vous choisissiez de créer votre propre site ou d'opter pour une solution personnalisable, consultez [Web Fundamentals de Google Developers](#), un ensemble de bonnes pratiques pour les expériences Web sur tous les appareils.





CHOISIR LE MEILLEUR PANIER

Sélectionnez le meilleur panier pour votre activité

Comme leurs équivalents physiques, les paniers en ligne sont l'endroit où vous conservez les objets que vous souhaitez acheter plus tard. Mais ils sont également votre mode d'achat.

La plupart des solutions e-commerce clé en main ont des paniers intégrés et des modèles de pages de paiement avec différents niveaux de personnalisation. De plus, un grand nombre d'entre elles calculent les frais de livraison, proposent des fonctions de *reporting* et comprennent des outils de gestion des stocks. Pensez à vérifier le niveau de personnalisation et, le cas échéant, si le panier fonctionne aussi bien pour les biens matériels que ceux immatériels tels que le téléchargement de logiciels ou de musique.

SI VOUS CRÉEZ VOTRE PROPRE SITE, CHOISISSEZ UNE SOLUTION E-COMMERCE QUI PEUT S'INTÉGRER À VOTRE SERVEUR ET À VOTRE INTERFACE DE PAIEMENT. POSEZ-VOUS LES QUESTIONS SUIVANTES :

1

S'intègre-t-elle à votre serveur ?

La plupart des hébergeurs web prennent en charge différents paniers, mais assurez-vous que l'hébergeur que vous choisissez est compatible avec votre solution e-commerce.

2

S'intègre-t-elle à votre solution *gateway* de paiement ?

Découvrez les paniers qui fonctionnent avec votre solution *gateway* de paiement, c'est-à-dire le logiciel, souvent fourni par votre service marchand, qui relie votre site aux réseaux de paiement électronique.

3

Hébergement local ou à distance ?

Est-il préférable d'acheter et héberger votre logiciel de panier (sur le même serveur hébergeant votre site) ou d'opter pour un modèle auquel vous abonner ? Cela est similaire à la décision "créer ou acheter" : vous devrez évaluer le niveau de personnalisation, les coûts initiaux et à long terme, les niveaux de service, etc.

Le prix des paniers varie. Il dépend de plusieurs facteurs, notamment les fonctionnalités, l'espace de stockage, la personnalisation des procédures et de l'interface et du nombre de sites que sert un panier.



MAITRISER LES STOCKS ET LA GESTION DES COMMANDES

Gérez vos stocks et commandes avec les bons outils

Si vous vendez des centaines voire des milliers d'objets différents, télécharger les produits sur votre solution e-commerce peut être très long.

Les fournisseurs de services e-commerce clé en main proposent souvent des applications intégrées qui vous expliquent la procédure et vous permettent de définir les caractéristiques telles que la taille et la couleur. Si vous créez un site personnalisé, il existe des logiciels que vous pouvez intégrer. Quel que soit votre choix, recherchez les fonctionnalités suivantes.

Une bonne solution de gestion des stocks devrait vous permettre de :

- ❖ Créer des unités de gestion des stocks (UGS) uniques pour chaque combinaison de produit (par exemple : UGS 10001 pour chemise, small, vert ; UGS 10002 pour chemise, medium, vert ; UGS 10005 pour chemise, small, rouge).
- ❖ Télécharger des photos et vidéos, puis faire pivoter ou zoomer sur les images, présenter un produit dans différentes couleurs, etc.
- ❖ Importer une liste d'inventaire depuis un tableur ou un fichier texte.





Recherchez un logiciel de suivi et de traitement de commandes intégré qui :

- ❖ Synchronise votre inventaire sur vos différents canaux (par exemple, votre site, votre point de vente et votre boutique eBay) à chaque fois que vous réalisez une vente ou réapprovisionnez vos stocks. Cela réduit le risque de pénurie de stock.
- ❖ Permet des règles de livraison flexibles, telles que la livraison gratuite pour toutes les commandes de plus de 50 €. Cette tactique peut encourager les visiteurs hésitants à acheter.
- ❖ Traite et suit les commandes de la vente initiale à la livraison.
- ❖ Permet l'impression de factures et bordereaux de livraison.
- ❖ Calcule les taxes pour tous les pays dans lesquels vous exercez votre activité, et vous communique régulièrement les nouveaux taux.
- ❖ Propose des analyses en temps réel et des fonctionnalités de *reporting*, telles que les ventes par produit et les alertes de stocks réduits.



ABORDER L'INTÉGRATION DE LA COMPTABILITÉ

Bilans simplifiés

Les systèmes de comptabilité actuels des petites entreprises sont conçus pour rester simples et intuitifs de façon à être utilisés par tous.

Que vous soyez gérant d'une boutique e-commerce, professionnel indépendant ou gérant d'une activité en ligne, il existe une solution pour faciliter votre comptabilité.

De nos jours, la plupart des solutions sont basées sur le *cloud* pour vous offrir les avantages suivants :

Consulter vos comptes où que vous soyez

Vous avez simplement besoin d'une connexion internet. La plupart des solutions sur le *cloud* sont aussi adaptées au mobile.

Rester à jour et exercer en toute sécurité

Les solutions sur le *cloud* sont toujours à jour et offrent les derniers correctifs de sécurité et informations réglementaires comme les taux de TVA.

Partager plus facilement

Les solutions sur le *cloud* simplifient le partage de vos comptes avec votre comptable, vos responsables ou vos commerciaux.

En faire plus

Les fournisseurs de logiciels et développeurs tiers ajoutent continuellement de nouvelles fonctionnalités et de nouveaux outils à leurs packs de comptabilité.

Si vous n'avez pas encore de solution de comptabilité, recherchez-en une avec les outils nécessaires pour répondre à vos besoins actuels et futurs. Au-delà de simplement tenir vos comptes, les solutions actuelles peuvent réaliser de nombreuses tâches et s'intégrer à d'autres outils :

Gestion des commandes

Certaines solutions de comptabilité peuvent suivre les biens une fois qu'ils sont vendus : réception de la commande, traitement, expédition et livraison au client.

Synchronisation avec votre panier et votre solution de paiement en ligne

Assurez-vous que la solution se synchronise correctement avec votre service marchand en ligne ou votre société de traitement des paiements.

Synchronisation avec vos points de vente

Si vous gérez des points de vente, comme par exemple des magasins physiques, recherchez un pack de comptabilité qui vous permet d'importer ces transactions et d'effectuer un rapprochement avec vos stocks et vos frais.

Synchronisation avec vos autres logiciels

Recherchez une solution qui vous permet de télécharger et synchroniser les transactions sur votre site, vos stocks et vos données de livraison, ainsi que les informations clients.

Le plus important : évaluez les différentes solutions selon les besoins de votre petite entreprise. Vous n'aurez probablement pas besoin de toute une gamme d'options immédiatement.

Rappelez-vous que la plupart des solutions e-commerce proposent un grand nombre des fonctions ci-contre. Vous aurez peut-être besoin d'un pack de comptabilité uniquement pour gérer vos finances. La bonne association de solutions logicielles vous permettra de tenir vos comptes et gérer vos besoins hors comptabilité et vos gammes de prix, tout en restant simple d'utilisation.

Vous êtes prestataire de services ?

Vous facturez au temps passé et selon votre expertise, sans vendre de biens ? Vous êtes designer web, agent de services juridiques, plombier ou encore promeneur de chiens ? De nouveaux outils peuvent vous aider à gagner du temps et recevoir vos paiements plus rapidement.

Avec [PayPal.Me](#), par exemple, vous créez un lien personnalisé pour votre entreprise que les clients peuvent utiliser pour payer en ligne, rapidement et de manière sécurisée. Pas besoin d'intégration de site onéreuse et vous pouvez partager le lien comme vous le souhaitez : par email, SMS, chat en ligne ou encore sur une facture papier ou une carte de visite.

Les outils tels que la facturation [PayPal](#) vous permettent de créer, envoyer et suivre vos factures en leur donnant un aspect professionnel. Les clients peuvent choisir leur mode de paiement : transfert bancaire, chèque ou espèces, ainsi que PayPal ou carte bancaire, et ils n'ont pas besoin d'avoir un compte PayPal.

La plupart des petites entreprises proposant des services peuvent bénéficier d'outils qui gèrent la plupart des éléments suivants :

❖ Calcul du temps

Si vous facturez au temps passé, vous devrez calculer facilement et de façon précise : et au fil de votre développement, calculer le temps de travail des employés également. Une bonne solution de calcul de temps facilite la conversion des horaires en factures et permet d'ajuster le taux par employé, projet et client.

❖ Estimations et factures

Contrairement aux entreprises qui vendent des biens et envoient un reçu par la suite, vous devrez envoyer une estimation à vos clients avant de commencer votre travail. Pour recevoir vos paiements, vous devrez également envoyer vos factures après chaque engagement et éventuellement à différentes étapes de votre travail.

❖ Paiements en ligne

Tout comme un panier, une solution de paiement en ligne permet aux clients de payer en ligne par carte bancaire. Une solution *gateway* peut vous aider dans vos collaborations de longue distance et augmenter vos flux de trésorerie tout en arrangeant les clients.





La plupart des logiciels de comptabilité basés sur le *cloud* sont conçus pour les entreprises prestataires de services. La plupart d'entre eux intègrent ces fonctions à un simple pack avec accès internet et mobile. Ils vous permettent d'automatiser les fonctions professionnelles répétitives afin de passer plus de temps et d'énergie sur votre activité.



GÉRER LA SÉCURITÉ ET LA CONFORMITÉ

Comprendre les modes opératoires des fraudeurs

Vous pensez peut-être que votre site est trop modeste pour intéresser les fraudeurs ? Détrompez-vous. L'année dernière, 8 sociétés européennes sur 10 ont subi un incident de cybersécurité⁷.

RESPECTEZ LES NORMES PCI

Pour aider les entreprises à se protéger et à préserver leurs clients contre la fraude en ligne, le PCI (*Payment Card Industry Security Standard Council*) a développé un ensemble de conditions pour s'assurer que toutes les sociétés qui traitent, stockent ou transmettent des informations de carte maintiennent un environnement sécurisé.

Le respect de ces normes PCI doit être strictement appliqué. Selon le type de solution de paiement utilisé, la conformité PCI peut être prise en charge par votre société de traitement des paiements. Pensez à le vérifier.

Pour en savoir plus sur les conditions de conformité PCI, [accédez au site dédié](#).

Dans son Discours sur l'état de l'Union de 2017, la Commission européenne a indiqué que les entreprises européennes perdaient 1 milliard d'euros chaque année en raison de fraude au shopping en ligne⁸. Selon un rapport récent de la Commission européenne sur la cybersécurité, le niveau de risque pour les petites entreprises augmente⁹.

VOICI LES 3 CATÉGORIES LES PLUS RÉPANDUES :

1

Malwares et phishing

Les deux surviennent souvent en même temps. Les *malwares* font référence à des logiciels malveillants que les criminels tentent d'installer sur vos systèmes. Le *phishing* décrit l'utilisation de messages par email, téléphone ou SMS pour inciter des individus à divulguer des données sensibles, utilisables ensuite par les criminels pour usurpation ou pour accéder à d'autres systèmes.

2

Attaques par déni de service (DDoS)

Ces attaques visent à rendre des systèmes (par exemple des sites) indisponibles à leurs utilisateurs en les submergeant de demandes sur leurs ordinateurs compromis. Elles ciblent généralement les grandes entreprises, mais les petites entreprises sont souvent plus vulnérables, car elles n'ont pas les mêmes systèmes de défense.

3

Violations de données

Il s'agit de la perte, l'usurpation ou l'exposition de données détenues par des sociétés. La plupart des attaques surviennent lors d'un piratage de mots de passe volés ou faibles. Conformément au Règlement général sur la protection des données (RGPD), les sociétés doivent signaler toute violation de données à leurs autorités nationales dans les 72 heures suivant constatation.

Gérez les risques

Bien que le risque de fraude soit élevé, utiliser les bons outils et procédures peut contribuer à votre sécurité et celle de vos clients, mais également réduire les risques de frais d'opposition et de pertes de revenus.

Au minimum, vous devez :

Contrôler vos transactions chaque jour

Personne ne connaît votre activité aussi bien que vous. Contrôlez vos comptes et vos transactions pour essayer de détecter des signes, tels que des informations de facturation et de livraison incompatibles.

Maintenir à jour vos plateformes et votre logiciel

Faites en sorte d'avoir la dernière version de votre système d'exploitation pour vous protéger contre les vulnérabilités, les virus et les logiciels malveillants. Installez et mettez régulièrement à jour les logiciels *antimalware* et *antispyware*. Si votre site est hébergé sur une solution gérée, des correctifs de sécurité automatiques permettent de garantir que les risques soient maîtrisés rapidement.

Restez informé des tendances actuelles de cybercriminalité et de fraude en visitant les sites de la police nationale et de prévention criminelle, et en consultant des ressources internationales comme [Europol](#) et [Interpol](#).

Soyez attentif aux signes d'alerte

Pour éviter les commandes frauduleuses, soyez attentif aux 6 signes suivants :

La commande est plus importante que celles reçues habituellement

Soyez prudent si un nouveau client fait une commande plus importante qu'une commande normale, surtout s'il s'agit d'un produit très demandé (par ex. : produit électronique).

Volume anormal de commandes internationales dans un délai très court

Par exemple : vous recevez 50 commandes de clients situés hors de votre marché en seulement quelques jours, alors que vous ne recevez généralement que 2 commandes internationales par mois.

Le paiement dépasse le montant dû

Les fraudeurs sont souvent prêts à payer plus cher pour une commande pour ensuite demander le remboursement de la somme par virement bancaire ou auprès de leur société de livraison préférée. Si un acheteur paie un montant supérieur à celui demandé, remboursez toujours l'argent versé en trop via PayPal.

Le client vous demande de livrer sa commande à une autre adresse après son paiement

Assurez-vous que le changement d'adresse est justifié. Les fraudeurs saisissent initialement des adresses valides afin de passer inaperçus auprès des systèmes antifraude, puis ils vous contactent pour modifier l'adresse.

Vous recevez plusieurs petites commandes depuis le même compte PayPal

Les commandes de faible valeur sont généralement moins surveillées. Les fraudeurs peuvent passer plusieurs commandes de plus faible valeur pour éviter qu'elles ne soient détectées.

Le client souhaite une livraison prioritaire ou express

Une commande traitée est plus difficile à détecter ou à corriger. C'est pourquoi les fraudeurs demandent parfois de recevoir leurs achats rapidement, quel que soit le coût.



Enfin, rappelez-vous que vous seul pouvez choisir d'accepter une transaction ou non. La protection la plus puissante est mise en place lorsque vous combinez plusieurs mesures de sécurité. Vos clients vous ont confié leurs informations financières, vous êtes garant de leur sécurité.





ÉVALUER ET DÉVELOPPER VOTRE RÉUSSITE

Éléments à évaluer

Dès que vous lancerez votre site, vous vous poserez les questions suivantes :

Combien de visiteurs avons-nous ? Combien de ventes avons-nous effectuées ? Quels produits se vendent le mieux ? Quels produits se vendent le moins ? Découvrez toutes ces informations et bien d'autres avec les outils de suivi et d'analyse.

En général, les analyses évaluent non seulement le flux de trafic sur votre site, mais également qui sont vos visiteurs et leur comportement sur votre site.

COMMENCEZ PAR EXAMINER CES INDICATEURS :

1

Sources et tendances de trafic

Combien de personnes visitent votre site ? Combien sont de nouveaux visiteurs et des visiteurs réguliers ? Sont-ils sur mobile ou ordinateur ? Où vivent-ils ? Quand font-ils leurs achats ?

2

Vues de pages et taux de rebond

Une fois sur votre site, où vont les visiteurs ? Sur quoi cliquent-ils ? Quelles pages et sections de votre site ont le plus de vues ? Combien de visiteurs arrivent et repartent aussitôt (taux de rebond) ?

3

Taux de conversion et abandon de panier

Combien de visiteurs deviennent des acheteurs ? Combien d'entre eux ajoutent des articles à leur panier, mais ne les achètent pas ? À quel moment abandonnent-ils l'achat et pourquoi ? Quels produits se vendent le mieux ?

4

Coût par *lead* et coût par vente

Quelles sources et campagnes marketing génèrent le trafic de plus haute qualité sur votre site ? Votre marketing sur moteurs de recherche (SEM) et vos campagnes par email attirent-ils de bons clients ? Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés à votre activité ?

Mode d'évaluation

Déterminer le meilleur logiciel d'analyse pour votre site peut être compliqué. Il existe des centaines de solutions proposant des versions gratuites et payantes.

Une seule et même solution peut ne pas proposer tout ce dont vous avez besoin : par exemple, vous devrez peut-être installer différents packs pour évaluer votre SEM ou les résultats de vos campagnes par email.

DÉCOUVREZ :

- ❖ [Facebook Analytics](#)
- ❖ [Outils professionnels Instagram](#)
- ❖ [Statistiques Twitter](#)
- ❖ [LinkedIn Analytics](#)

L'un des packs les plus populaires est [Google Analytics \(GA\)](#), qui permet le suivi sur différents appareils et plateformes. Il peut vous dire d'où proviennent les visiteurs, combien de temps ils restent sur votre site et où ils vont ensuite. Il vous indique les pages les plus efficaces et vous fournit des informations sur vos clients. GA est intégré à Google AdWords, qui affiche votre annonce publicitaire dans les résultats de recherche en fonction des mots-clés pour permettre le suivi complet de vos campagnes en ligne.

Les réseaux sociaux proposent également leurs propres outils d'analyse qui peuvent vous aider à déterminer les réseaux qui amènent le plus de trafic sur votre site et les activités les plus efficaces.





Quels que soient les logiciels de suivi et d'analyse que vous choisissiez, le volume de données peut être très important. Pour éviter toute analyse excessive, pensez à ce que vous avez besoin d'apprendre de plus important sur votre activité actuellement.

Que devez-vous savoir pour avoir le plus d'impact sur votre activité et vos ventes ? Au fil du temps, vous pourrez approfondir et affiner votre stratégie en ligne.



À vos marques, prêts, partez

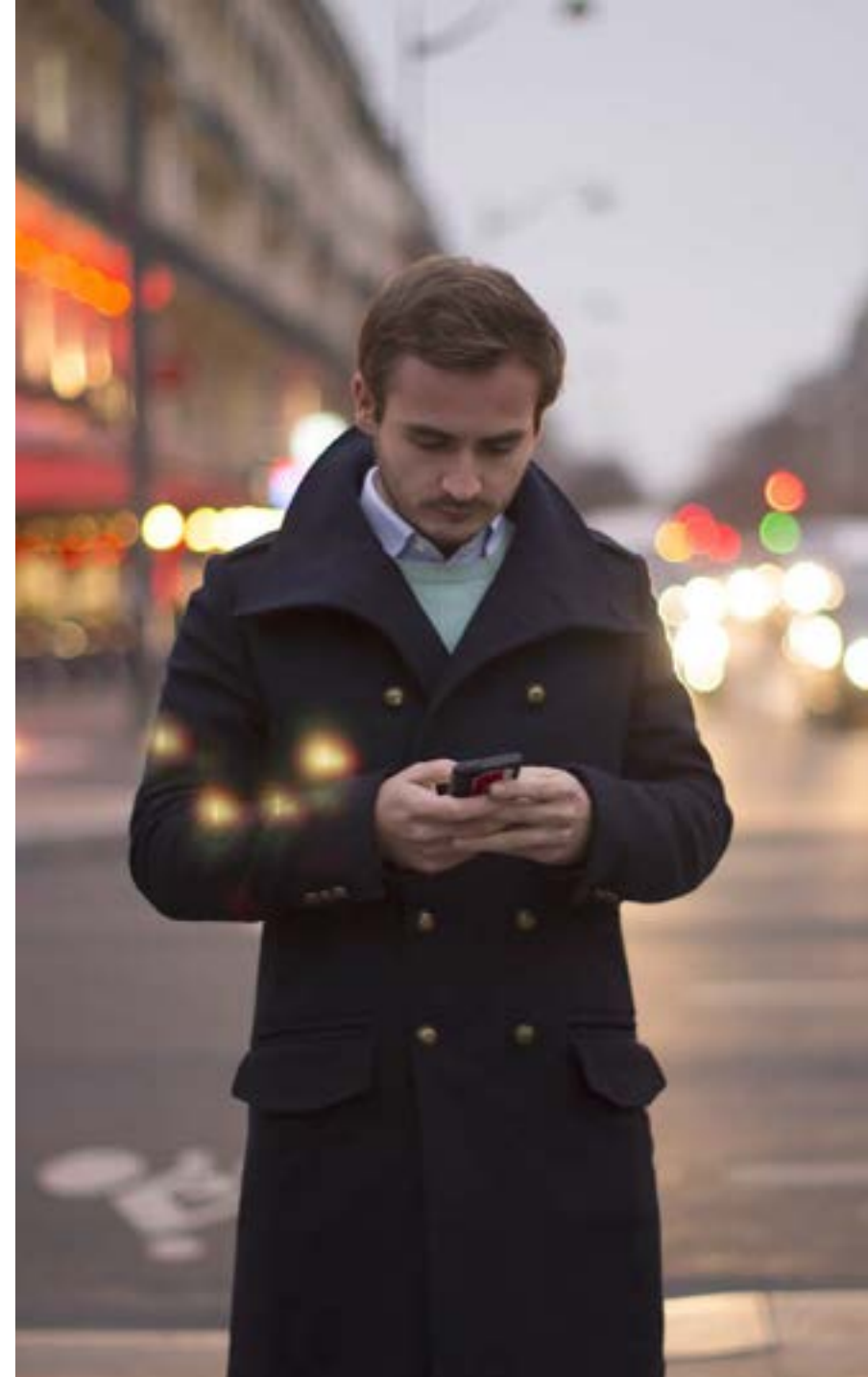
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ¹ Statista (2018), *Most popular top-level domains worldwide as of May 2018*.
- ² Ecommerce Foundation (2017), *European Ecommerce Report 2017*.
- ³ Forrester (2018), *Mobile and Tablet Commerce Forecast, 2016 to 2021 (EU-7)*. Les 7 UE sont : la France, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas, l'Espagne, la Suède et le Royaume-Uni.
- ⁴ TechCrunch (2018), *Google begins to roll out mobile-first indexing*.
- ⁵ PayPal (2017), comScore online panel, Q4 2017, checkout out conversion measured from point of payment selection.
- ⁶ *Communiqué de presse PayPal (2015) (en anglais)*.
- ⁷ European Commission (2017), *Factsheet on EU resilience to cyber-attacks*.
- ⁸ Commission européenne (2017), *Cybersecurity – Tackling non-cash payment fraud*.
- ⁹ Commission européenne (2018), *Cybersecurity: Ensuring awareness and resilience of the private sector across Europe in face of mounting cyber risks*.

Tout au long du développement et du lancement, rappelez-vous de cette phrase : ayez foi en ce que vous vendez. Ne vous laissez pas submerger et ne remettez pas en question votre décision de démarrer une activité e-commerce. Votre site ne doit pas forcément être parfait. Faites simplement de votre mieux.

Lorsque vous lancerez votre site, préparez une inauguration. Diffusez la nouvelle sur vos réseaux sociaux et demandez à vos proches de partager le lien de votre site sur leurs pages. Ce n'est que le début d'une belle histoire !

Rendez-vous sur le site [PayPal](https://www.paypal.com) pour en savoir plus.



DÉCOUVREZ COMMENT PAYPAL PEUT VENIR EN AIDE À VOTRE ENTREPRISE. APPELEZ-NOUS AU 0800 358 7929* OU RENDEZ-VOUS SUR [PAYPAL.FR](https://www.paypal.fr)

Pour information :

- ❖ Bien que nous mettions tout en œuvre pour fournir les meilleurs guides, conseils, outils et techniques dans ces articles, nous ne pouvons en garantir l'exactitude parfaite. Vous utilisez par conséquent ces informations à vos propres risques et nous ne pouvons être tenus responsables en cas de problème.
- ❖ Ces articles ne visent en aucun cas à promouvoir ou à recommander des produits ou des services de quelque nature que ce soit.
- ❖ Les informations contenues dans ces articles ne constituent aucunement des conseils financiers, commerciaux ou d'investissement, et ne remplacent pas un avis professionnel. Faites vos propres recherches et sollicitez des conseils professionnels si vous souhaitez vous assurer de répondre correctement aux besoins de votre activité.
- ❖ Lors de la redirection vers d'autres sites, nous ne pouvons être tenus responsables de leur contenu.



Copyright ©2019 PayPal. Tous droits réservés.

* Gratuit depuis une ligne fixe en France. Des frais peuvent s'appliquer si vous appelez depuis un téléphone mobile (ces frais varient selon les opérateurs téléphoniques). Si vous appelez depuis l'étranger, composez le numéro de téléphone suivant : +353 1 436 9005 (des frais d'appels internationaux peuvent s'appliquer).