

Les 10 astuces pour optimiser sa boutique en ligne

1. Renseigner toutes les informations sur son point d'activité

Remplir entièrement les onglets :

- Général : compléter la description de son commerce
- Adresse : vérifier la géolocalisation de son commerce
- Contact : renseigner notamment toutes les URL sites internet et réseaux sociaux
- Horaires : mettre régulièrement les informations à jour si besoin

Bonne pratique

Mauvaise pratique

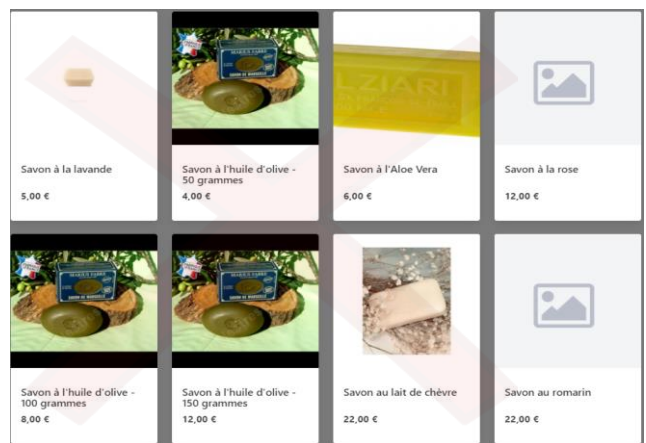
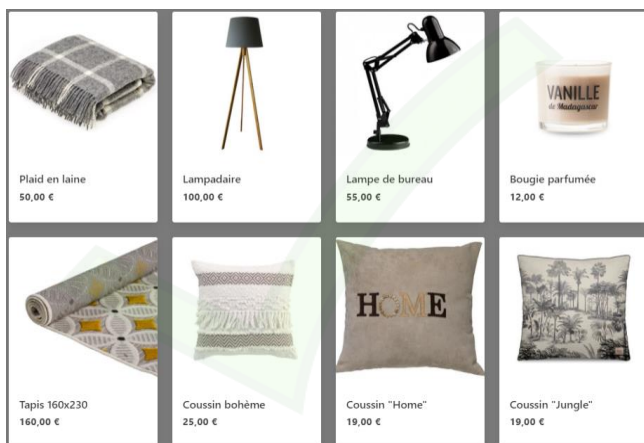


2. Soigner les photos utilisées

Les photos de vos produits constituent la vitrine de votre boutique en ligne. Plus elles seront soignées et cohérentes les unes avec les autres, plus votre commerce profitera d'une belle image. Nous vous conseillons de prendre le temps de les travailler en soignant le cadrage et l'éclairage. Il est conseillé d'utiliser des photos au format carré et avec un poids idéal inférieur à 1mo. Le système empêchera de toute façon les médias dont le poids est supérieur à 2mo. Pour diminuer le poids de votre image, dans la majorité des cas il suffit de réduire sa dimension grâce à n'importe quel outil (Paint, Photoshop, etc.). Vous pouvez également utiliser des sites permettant de compresser les images.

Bonne pratique

Mauvaise pratique



3. Travailler les descriptifs produits

Plus le descriptif produit sera complet et détaillé, plus l'internaute aura confiance en votre boutique et sera susceptible de vous passer commande. Un manque d'information sur le produit entraînera inévitablement l'abandon du projet d'achat en ligne ! N'hésitez pas à utiliser le tableau de spécifications afin de présenter les informations de manière synthétique. Vous pouvez également télécharger des fiches techniques si le produit vendu en dispose.

Bonne pratique

Accueil / Magasins de décoration / Déco & Co / Plaid en laine

Plaid en laine



Description Spécifications

Parce que nous sommes convaincus que les fibres nobles ne doivent pas rester un privilège, nous développons sous notre propre marque une large gamme de produits en fibres 100% naturelles afin de les rendre accessibles au plus grand nombre. Les produits Home Collection Label Naturel font la part belle aux formidables matières que la Nature permet à l'homme de tisser et de façonner depuis des millénaires pour faire de son intérieur un cocon protecteur et douillet et affichent un rapport qualité / prix imbattable !

QUALITE & FINITIONS
Plaid 100% laine vierge écologique (teinture non toxique), 300g/m2
Tricot double face bicolore
Laine cardée "soft touch" (traitement mécanique sans produit chimique) afin de ne pas gratter
140x200 cm hors tout (dont franges), finition franges
Fabriqué en Europe.

Afficher moins

Mauvaise pratique

Accueil / Magasins de décoration / Déco & Co / Plaid en laine

Plaid en laine



Description

plaid en laine

4. Utiliser les modèles pour présenter les variantes d'un produit

Plus votre catalogue sera succinct plus les internautes trouveront facilement ce dont ils ont besoin. Nous vous conseillons d'utiliser le système de création de modèles afin de limiter les blocs produits à l'intérieur de votre commerce. Si vous vendez des crèmes en différents senteurs, mieux vaut créer le produit « crème » avec un modèle par senteur à l'intérieur de ce produit, que créer un produit par senteur.

Module de formation : [créer des produits avec modèles](#)

Bonne pratique

Accueil / Magasins de décoration / Déco & Co / Serviette de toilette en coton

Serviette de toilette en coton



Description

30 x 30
30 x 50
50 x 100
Sélectionnez

Mauvaise pratique

 <p>Coussin "Cactus" 19,00 €</p>	 <p>Serviette de toilette en coton - 30 x 30</p>	 <p>Serviette de toilette en coton - 30 x 50 21,00 €</p>	 <p>Serviette de toilette en coton - 50 x 100 30,00 €</p>
---	--	---	--

5. Utiliser les filtres

Nous vous conseillons de créer des filtres si vous avez plus d'une vingtaine de produits à vendre en ligne. Cela rendra le parcours client plus fluide en lui proposant d'emblée les différentes catégories de produits dont vous disposez.

Module de formation : [utiliser des filtres](#)

6. Paramétrer le retrait / la livraison des produits

L'internaute a besoin d'avoir toutes les informations nécessaires à la récupération de sa commande au moment d'acheter. Une boutique en ligne doit impérativement proposer différentes solutions à son client pour qu'il puisse retirer/se faire envoyer les produits choisis en ligne. L'information doit être la plus claire possible, la livraison étant l'une des principales raisons pour lesquelles les clients abandonnent leurs achats en ligne.

Module de formation sur le paramétrage de la livraison : [paramétrer le retrait et la livraison](#)

Bonne pratique

The screenshot shows a product page for 'Déco & Co' with a 'Cousin "Home"' item. The delivery selection interface is clear and user-friendly. It lists three options: 'Livraison à Domicile - Livraison gratuite assurée sur la commune par le commerçant', 'Livraison à Domicile - La Poste - France', and 'Retrait - Magasin' (selected). The 'Retrait - Magasin' option includes the address '16 avenue Victoria, 13100 Aix-les-Bains'. Below the options is a button labeled 'Sélectionnez l'heure de retrait'. The price summary shows: Total : 19,00 €, Prix unitaire : 19,00 €, Quantité : 1. At the bottom, it shows: Articles : 19,00 €, Frais de port : 0,00 €, Sous Total : 19,00 €.

Mauvaise pratique

The screenshot shows a product page for 'Les savons d'Aix' with a 'Savon à l'huile d'olive - 50 grammes' item. The delivery selection interface is poor, with a large red 'X' overlaid on it. The interface is minimal, showing only 'Mode de livraison' and a single selected option 'Mode de Livraison : Retrait'. The price summary shows: Total : 4,00 €, Prix unitaire : 4,00 €, Quantité : 1. At the bottom, it shows: Articles : 4,00 €, Frais de port : 0,00 €, Sous Total : 4,00 €.

7. Utiliser le système d'interactions

Si vous avez besoin de demander des informations complémentaires aux clients qui commandent un produit (type : « avez-vous besoin d'un papier cadeau » / « nom des participants à l'atelier » / « heure d'arrivée du groupe » / « cuisson de la viande » ...) vous pouvez utiliser l'onglet « interactions » du back office. Les interactions créées à cet endroit seront visibles dans le panier, avant le paiement du client. Cette fonction fera l'objet d'un module de formation à part entière.

8. Communiquer l'URL de sa boutique

Votre boutique en ligne doit apparaître sur tous vos supports de communication. Partagez votre lien sur vos réseaux sociaux, intégrez-le sur votre site internet et votre carte de visite, indiquez votre présence sur la plateforme directement sur votre vitrine. Plus la plateforme générera de trafic, plus le système s'enrichira, plus le référencement s'améliorera et plus vous générerez des ventes. La réussite de votre boutique en ligne dépend de la somme des petites actions que vous mettrez en place pour la promouvoir !

9. Parler du système à vos confrères

Un système dynamique est un système partagé par tous les acteurs d'une ville. Plus le système se remplira plus vous aurez du trafic sur votre commerce en ligne. Parlez du système à vos confrères, incitez-les à créer leur espace, discutez des interrogations que vous pourriez avoir, échangez des astuces... La réussite est l'affaire de tous !

10. Mettre à jour

Dédiez quelques minutes par semaine pour mettre à jour les informations et les produits de votre boutique en ligne.

Check List des points à vérifier

- Mon Point d'Activité est entièrement complété
- Ma géolocalisation est fonctionnelle
- Mes photos sont soignées et nettes
- Mes descriptifs produits sont complets
- Mes produits avec variantes utilisent des modèles
- J'ai créé des filtres et vérifié qu'ils étaient correctement paramétrés
- La livraison et le retrait sont paramétrés de façon claire
- Le lien de ma vente en ligne est présent sur mes réseaux sociaux et sur mon site vitrine
- Toutes les informations et les stocks sont à jour
- J'ai effectué un test en mettant un ou plusieurs produits au panier