

6.4. Pourquoi vous avez tout intérêt à garder votre e-shop après la crise sanitaire

Vous avez ouvert une boutique en ligne pendant le confinement ? Qu'en faire actuellement ? Pensez à la développer, l'étoffer et la référencer.

L'e-commerce a connu un boom ces derniers mois « grâce » à la pandémie de coronavirus. D'un côté, les consommateurs ont modifié leurs comportements d'achats à la suite des mesures de confinement. De l'autre, les commerçants ont aussi mis en place des boutiques en ligne pour contrer les fermetures obligatoires. Et maintenant, que faire de son magasin en ligne alors que la crise sanitaire et économique n'est pas encore derrière nous ?

Le Belge s'est tourné vers le commerce en ligne

Confinement et commerces fermés obligent, les ménages belges se sont tournés vers Internet pour commander leurs produits. Et cela concerne tous les secteurs, des produits de soin aux équipements sportifs en passant par les jouets et les vêtements, qui ont connu une progression de plusieurs pour cent.

Les équipements sportifs sont passés de 31% des parts de ventes en ligne avant le confinement à 47%, les vêtements sont eux montés à 55% selon une étude de Nielsen. Et déconfinement ne veut pas forcément dire ruée dans les magasins et shopping de rattrapage comme l'a montré la situation en Chine.

Une stabilisation plutôt qu'un retour à la situation pré-COVID-19

Les mauvaises langues auront tendance à dire que ces chiffres exceptionnels s'estomperont après la crise. Ce n'est pas ce que révèle cette même étude. Le secteur en ligne devrait sortir renforcé de la crise et les chiffres de parts de vente en ligne se stabiliser, sans revenir aux précédentes données. Reprenons les mêmes exemples, si la part d'équipements sportifs est passé de 31 à 47%, elle sera de 38% selon les estimations. Idem pour la part de vêtements achetés en ligne, avec un retour à 51%.

Garder sa boutique en ligne... et la développer et renforcer

On le comprend facilement, les comportements d'achats des Belges ont changé. En tant que commerçant, vous avez peut-être ouvert un e-shop temporaire ou sur une marketplace au début de la crise pour vendre des produits. Aujourd'hui, il faut penser à la développer. Pensez au référencement naturel (SEO, mots-clés, nom de domaine...), aux livraisons, au catalogue de produits, aux moyens de paiement ou encore à un lien direct avec votre page Facebook pour la fidélisation de vos clients existants ou pour attirer des clients potentiels. Bref, un véritable site de vente en ligne dédié, adapté à votre identité, offrant une meilleure expérience utilisateur et facilement retrouvable via les moteurs de recherche.

Source : Beobank

> voici aussi le lien vers le blog de Beobank avec des articles pour des professionnels : <https://www.beobank.be/fr/professionnel/blog-conseils>

Comment bien investir ? → Suivez le lien vers Beobank <https://www.beobank.be/fr/professionnel/formulaire-de-rendez-vous>