



Préparer *Noël* sur le web



CCI TROYES
ET AUBE

PERSPECTIVES
NUMÉRIQUES 10



Adverti

Toute diffusion sans autorisation est interdite.

Emeline Faissey

Directrice de l'Agence Adverti
Agence webmarketing à Troyes



<https://agence-adverti.fr>
emeline@adverti.fr



Perspectives Numériques

- Intervention dans le cadre du parcours numérique organisé par la CCI
- 1 rencontre par mois à la CCI
- Programme disponible sur le site de Perspectives Numériques et de la CCI
- 2018 : Diagnostic d'Opportunité de Transformation Numérique



Sommaire

- Le contexte commercial
- Le web-to-store
- Les opérations spéciales

- Le Calendrier de l'Avent
- Adapter ses réseaux sociaux
- Adapter sa présence sur Google

Le contexte commercial

En 2017, les français ont dépensé plus de 68 milliards d'euros

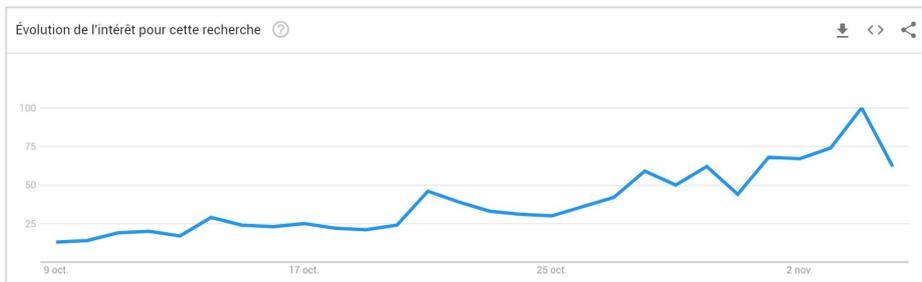
Selon la FEVAD la période de Noël représente 20% des ventes de l'année

En 2017, 44% des achats en ligne ont été faits sur mobile

Selon Adobe Digital Insights, 42% des Français souhaitent réaliser l'intégralité de leurs achats de Noël en ligne en 2018.

Google Trends

“Cadeau de noel” : en progression régulière depuis début octobre



Comment booster votre activité ?



Source : La Finance Pour Tous

Il faut donc mettre en place une stratégie dès la rentrée de septembre.

EST VICTORIA GALLERY 1812

Le web-to-store

VICTORIA'S COFFEES
We purchase only 100% Arabica Beans - 4 star (the world's best) To roast in small batches and Delivered weekly for freshness

VICTORIA'S TEAS
choose only Full Leaf tea d from world renowned es and flavoured naturally

VICTORIA'S TEAS

CAFE

VICTORIA'S COFFEE 100% ARABICA BEANS
"THE WORLDS BEST"
Espresso - Cappuccino & Gelato

Exclusive: Ice cream

Le web-to-store

→ Stratégie pour faire venir les visiteurs de votre site internet dans votre boutique.

Ex : mettre à disposition un chèque cadeau sur le site à utiliser en magasin uniquement.

Pour Noël, 2 types de web-to-store efficaces :

- **Click & Collect** : réservation en ligne, retrait en magasin.
Avantages : gain de temps
- **Opérations promotionnelles** : offres par mail, ou SMS (meilleur taux d'ouverture).
Avantages : obligation d'aller en magasin pour profiter de l'offre





Les opérations spéciales

Bannière/site web à adapter

Montrer que l'entreprise s'adapte à la période des fêtes.
Aider l'internaute à se projeter pour réaliser ses achats de fin d'année.

But : attirer l'attention et faire rester l'internaute sur le site.

Newsletter

Design autour des fêtes de Noël, annoncer les différentes offres disponibles sur le site et autres actions mises en place (jeux concours, bons d'achats en magasin...)

But : informer vos clients des offres et augmenter les visites sur le site.

Créer le sentiment d'urgence

Offres flash, jouer sur la disponibilité produit, le nombre de visualisations simultanées du produit, etc

But : encourager l'internaute à passer à l'acte d'achat



Mettre en place des avis clients

Via Avis Vérifiés, Google Avis Clients, TrustPilot...

But : rassurer les futurs acheteurs en montrant l'expérience de ceux qui ont acheté le produit

Chat Messenger

Si contact facile avec le vendeur pour avoir des réponses à ses questions, l'acheteur passera plus facilement à l'achat

But : ne rater aucune vente

Le + : ajouter un numéro de téléphone facilement repérable sur le site

Proposer des chèques cadeaux

Cadeau "facile" qui fonctionne. En proposer plusieurs avec différents tarifs.

But : développer le nombre de ventes à l'occasion de Noël



Frais de port offerts sur le site

Achats sur internet motivés par le large choix proposé.

But : renforcer le passage à l'achat.

Le + : glisser un mot personnalisé dans la commande

Proposer l'emballage cadeau

Plusieurs cadeaux à emballer, papier à acheter etc.

But : faire gagner du temps aux consommateurs

Proposer la livraison rapide

Trouver le bon cadeau rapidement (surtout pour ceux qui cherchent à la dernière minute)

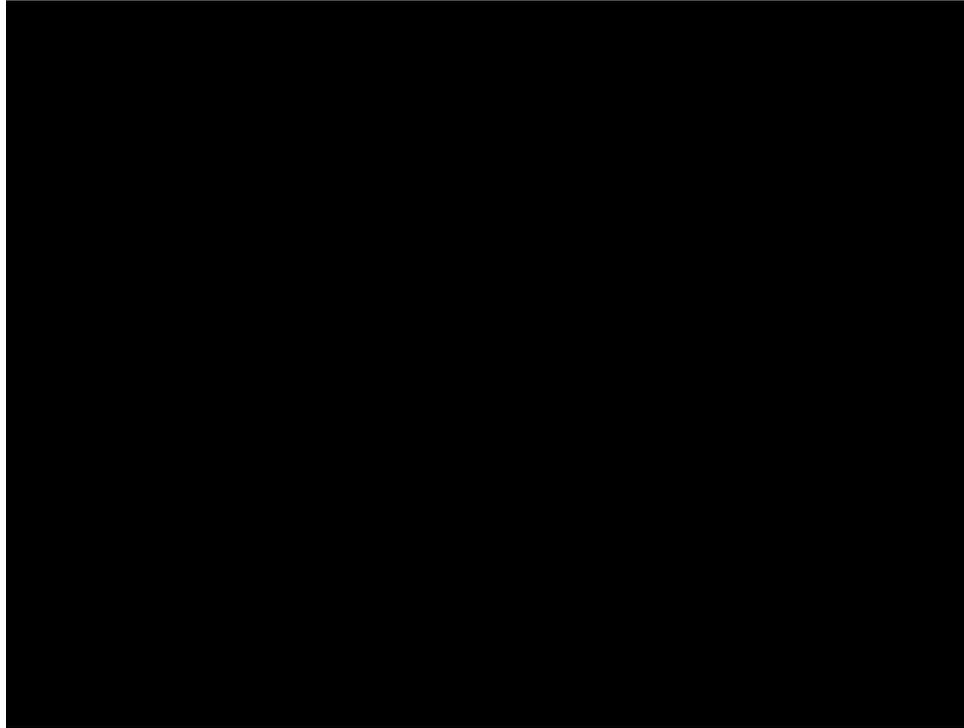
But : rassurer le consommateur sur le délai de livraison

Proposer la livraison sur divers lieux (travail, domicile, relais ...)

Regarder si l'adresse de facturation et l'adresse de livraison sont identiques ou non.



Le cas de Maisons du Monde





Le calendrier de l'Avent

Les ingrédients pour un calendrier de l'Avent réussi :

Curiosité, plaisir, désir d'acheter, récompense

Les calendriers les plus performants sur le web sont ceux qui proposent :

- des bons d'achats
- des cartes cadeaux
- des codes promos

Stratégie : mettre en scène vos produits chaque jour du mois de décembre.

But : faire voir autrement vos produits, les inscrire dans la mémoire des consommateurs, et donner envie de les acheter.

Plus de
850 000
calendriers papiers
sont vendus chaque
année



Exemples de calendriers de l'Avent



Morgan



Chronodrive

Grain de Malice



A close-up photograph of a person's hands holding a small globe of the Earth. The globe is being held between two red icons: a person icon on the left and a number '10' on the right. The background is filled with Christmas decorations, including a red and white garland, a red rectangular object, and a white and red patterned fabric. The overall scene is festive and celebratory.

Les réseaux sociaux

Changement des photos de profil/couverture

Idéal pour mettre en avant une action promotionnelle spéciale Noël, ou pour montrer que l'entreprise adapte son image à cette période festive.

Flashbacks sur l'année

Retour sur des événements/informations qui ont marqué l'année : sur le domaine d'activité qui vous concerne et/ou sur la vie de votre entreprise

Jeux concours

Rejoint l'idée du calendrier de l'Avent

Souhaiter un Joyeux Noël

Minimum à faire si vous n'avez pas eu le temps de mettre en place d'autres actions.



Facebook Ads

Mettre en place un ciblage précis (sexe, âges, villes, intérêts...)

Objectifs différents selon vos actions :

- pour les offres sur le site → visiter le site
- pour un calendrier de l'Avent → aller sur la page Facebook
- pour les bons d'achat en magasin → rubrique contact pour voir le magasin le plus proche

But : faire gagner de la visibilité sur vos offres et toucher une audience qualifiée

Instagram Ads

Plus centré sur l'image donc mettre en scène vos produits autour de l'ambiance de Noël pour donner envie de les acheter.

But : séduire et convertir par l'esthétisme



Sur Google

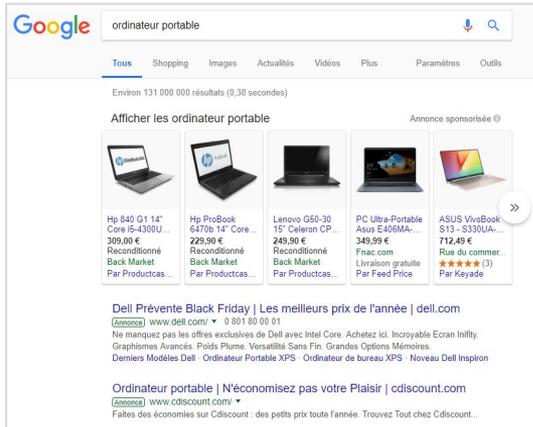


Google Ads

Cibler les mots-clés les plus pertinents pendant la période de Noël selon votre secteur d'activité.

Exemple pour une entreprise de jouets : cadeau fille 10 ans, cadeau made in france, jouet en bois petit garçon, cadeau original enfant créatif, etc

But : atteindre les personnes qui sont les plus susceptibles d'être intéressées par vos produits.



Google recherche: ordinateur portable

Environ 131 000 000 résultats (0,38 secondes)

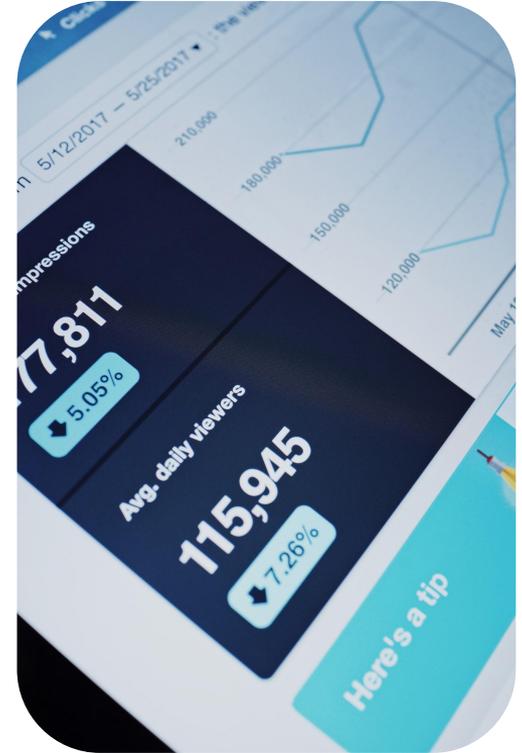
Afficher les ordinateur portable

 Hp 840 G1 14" Core i5-4300U... 309,00 € Reconditionné Back Market Par Productcas...	 Hp ProBook 6470b 14" Core... 229,50 € Reconditionné Back Market Par Productcas...	 Lenovo G50-30 15" Celeron CP... 249,90 € Reconditionné Back Market Par Productcas...	 PC Ultra-Portable Asus E406MA... 349,99 € Reconditionné Back Market Par Feed Price	 ASUS VivoBook S13 - S330UA... 712,49 € Rue du commer... ★★★★★ (3) Par Keyade
---	---	--	--	--

Dell Prévente Black Friday | Les meilleurs prix de l'année | dell.com

Ordinateur portable | N'économisez pas votre Plaisir | cdiscount.com

Annonces Google Ads

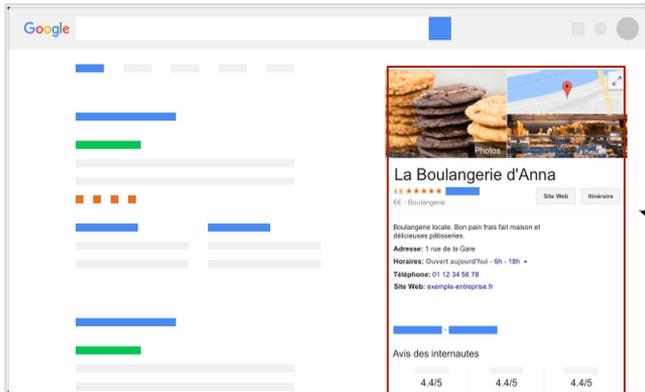


Google My Business

Visuel qui apparaît sur la droite de l'écran avec les informations concernant l'entreprise (site, téléphone, adresse, horaires d'ouverture...).

Google Post : possibilité de créer des posts éphémères sur votre fiche My Business.

But : informer des actualités importantes, en l'occurrence des offres disponibles sur le site pendant une période déterminée.



Google My Business



Remarketing

Les utilisateurs sont en pleine recherche d'idées cadeau avant Noël.

L'idée est de continuer à rendre vos produits visibles sur les sites visités après le vôtre.

Ex : un client visite votre site où vous proposez des montres à la vente, il se rend ensuite sur un site de recettes, où il pourra voir une publicité concernant votre site de montres précédemment consulté.

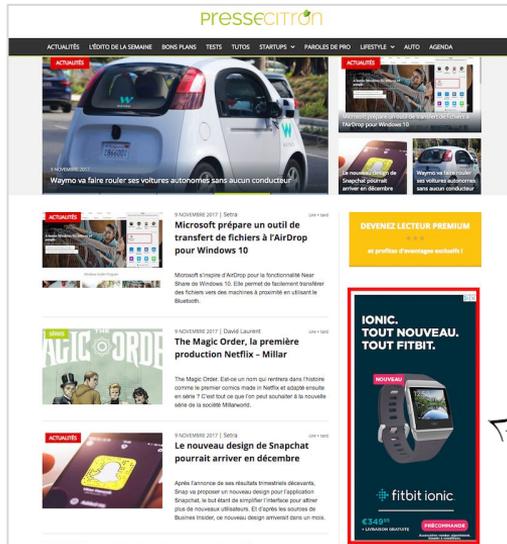
But : que les utilisateurs aient vos produits en tête au moment où ils souhaiteront faire leurs achats.



Les annonces Display

Adapter votre publicité à la période de Noël pour jouer sur les émotions

But : attirer le regard des internautes et les intéresser à votre pub



Annonce display



Conclusion

Noël est une occasion de rebondir en termes de communication pour de nombreuses activités.

Adaptez votre communication pour cette période !

Et pour certains... pensez à préparer les soldes :)





Merçi

Emeline FOISSEY - emeline@adverti.fr

