

Tendances du e-commerce en 2016 : Le bon moment, La bonne promo, La bonne marketplace

Les fêtes de fin d'année pointent leur nez et une véritable course aux cadeaux est sur le point de s'engager.

On estime à 707 millions le nombre de cadeaux qui seront distribués dans le monde pour l'occasion.

L'e-commerce y est pour beaucoup dans ce succès, notamment en France, puisqu'il tend, cette année encore, à fortement se développer.

D'après une étude réalisée par ZDNet, on devrait passer, en 2015, le cap des 60 milliards d'euros de chiffre d'affaires engendré par les sites d'e-commerce, sachant que le budget moyen français, alloué aux cadeaux, est lui-même très important puisqu'il est estimé à 530 € par personne.

Ainsi, 28 millions de Français font leurs cadeaux sur la toile à l'occasion de Noël : en 2014, les ventes de Noël ont atteint 11,4 milliards d'euros, soit, +13 % par rapport à l'année précédente.

Tous ces chiffres laissent rêver les sites d'e-commerce, mais la concurrence est rude et ne cesse de s'accroître : au premier trimestre 2015, on dénombre plus de 164 000 sites de vente sur Internet, et 66 % des sites français ne dépassent pas 30 000 € par an de chiffre d'affaires.

Seuls 6 000 sites réalisent plus d'un million d'euros de recettes annuelles et ils représentent 89 % du CA de l'e-commerce en France.

[VNC Online](#) met une nouvelle fois tout son savoir-faire au service des sites d'e-commerce pour leur donner les clés pour réussir leur intégration dans une Marketplace et booster les ventes dans les prochains mois.



Pour VNC Online, auteur du livre blanc **Marketplace**, les secrets pour réussir en 2016 reposent sur 3 piliers :

- Communiquer au bon moment, en respectant la saisonnalité des tendances d'achats
- Faire des promotions : une promotion est déclencheur d'achat pour 8 français sur 10
- Utiliser les marketplaces : elles permettent de démultiplier le potentiel de ventes

Intégrer les Marketplaces

Les Marketplaces permettent aux sites d'e-commerce, moyennant une contribution calculée en pourcentage sur les ventes réalisées, d'assurer une visibilité et une très forte croissance des ventes.

Amazon, Cdiscount, Fnac en sont les meilleurs exemples... Entre 2014 et 2015, on a pu constater une augmentation de 66 % du chiffre d'affaires des sites d'e-commerces hébergés.

Ce résultat est légitime : les e-acheteurs se tournent vers les Marketplaces au moment de passer commande. Pourquoi ? Parce que les Français sont malins et sont à l'affût des offres promotionnelles, connaissent et font confiance à ces plateformes.

Profiter des événements annuels et offrir des promotions

Près de 8 Français sur 10 privilégient les cadeaux qui bénéficient d'une offre promotionnelle...

C'est surtout pour cela que la concurrence est dure pour les sites d'e-commerce. Car il ne s'agit pas d'être vu, il faut surtout vendre !

Comment procède la majorité des Français ? Ils cherchent leurs produits sur les Marketplaces, et l'e-commerce qui propose la meilleure offre pour un produit identique ou équivalent, remportera le choix du client !

Les fêtes de fin d'année, les soldes qui s'ensuivent, la Saint Valentin, Pâques, la rentrée des classes... : toutes ces occasions sont des prétextes à proposer des articles en promotion.

Savez-vous par exemple que les e-commerçants français réalisent en moyenne 14% de leur chiffre d'affaires annuel rien que pendant les soldes ? (*source Sociomantic*).

Et même si le prix proposé est relativement bas pour le commerçant, le volume des ventes rééquilibre largement sa marge.

Comprendre gratuitement les règles des Marketplaces, grâce au livre blanc de VNC Online

Mettre en place la stratégie, choisir la Marketplace, connaître les conditions pour être admis, et une fois accepté, y rester et se développer...

Toutes les réponses aux questions que se pose la majorité des sites d'e-commerce se trouvent dans le Livre Blanc de VNC Online.



Rakuten group
PRICEMINISTER

« 70 % du volume d'affaires est généré par les **PROFESSIONNELS** »

Odile Szabo - Directrice Marketing & Communication



« Nous préférons **NE PAS INDEXER LES DESCRIPTIONS** du vendeur »

Romain Friess - Responsable de compte Marketplace

La Redoute

« Laredoute souhaite garder son **POSITIONNEMENT** différenciant »

Julien Pons - Business Development Manager Marketplace



« **L'AMBITION** était de devenir **UN CENTRE COMMERCIAL DIGITAL** »

Sébastien Réa - Directeur Département Maison/Electroménager

Les experts de VNC Online ont mis toutes leurs connaissances et leurs expériences pour réaliser cet ouvrage.

Pour VNC Online, il n'est jamais trop tard

Il reste toujours assez de temps pour s'ajuster sur les événements à venir.

Notamment, pour les fêtes de fins d'année, et pour la période des soldes d'hiver qui vont suivre, VNC Online propose aux sites d'e-commerce d'intégrer une Marketplace, d'amplifier le volume des ventes et donc de rentabiliser très facilement ses investissements.

Plus de 5 années d'expérience dans le domaine de l'expertise, et VNC Online est aujourd'hui l'agence n°1 dans les nouveaux leviers du webmarketing et du positionnement dans la Marketplace.

Toutes les solutions proposées sont d'abord testées sur le propre site d'e-commerce de VNC Online.

Ainsi par exemple, le site Internet Côtécosy.com (vente de mobilier et de décoration intérieure) créé par VNC Online, réalise aujourd'hui plus de 2 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel.

L'expertise webmarketing, l'expertise technique, le résultat de l'augmentation du chiffre d'affaires avec la visibilité de la marque : tout est traité chez VNC Online qui accompagne tous ses clients de la création du site web, jusqu'à sa mise en ligne.

Trouver de nouveaux leviers marketing : Nicolas Venaut, s'y attelle depuis 7 ans pour le compte de ses clients



Nicolas Venaut est le fondateur de VNC Online.

Diplômé master HEC et expert digital passionné en stratégie marketing, il prend très vite conscience de la place qu'occupent les Marketplaces aujourd'hui, et met toute son énergie pour permettre aux e-commerçants d'être référencés sur toutes les places du marché.

Expert et conseil dans le choix stratégique, non seulement il permet aux e-commerçants de se développer, mais également de mesurer leur rentabilité.

Nicolas Venaut précise :

Etre présent sur les Marketplaces, c'est toucher des millions de cyberacheteurs.

Alors, quelle promotion allons-nous découvrir pour nos cadeaux de fin d'année cette année ?

Pour en savoir plus

Site web : <http://www.vnconline.com>

Twitter : https://twitter.com/VNC_online

Contact presse

Nicolas Venaut

Email : contact@vnconline.com

Téléphone : 01 85 08 30 59