PREMIERS PAS | Trouver des produits à vendre sur votre site marchand ?

Boris ShopFactory France - 2021-11-17 - Premiers pas

Avant de créer votre site marchand, vous devez décider de ce que vous allez y vendre – et la façon dont vous aller vous approvisionner. Même logiciel eCommerce ShopFactory, le meilleur logiciel e-Commerce existant, ne vous sera d'aucune aide pour cela

Voici comment y parvenir et éviter les erreurs les plus courantes lors du lancement d'une boutique en ligne et comment déterminer de façon judicieuse les produits à vendre.

De nombreuse personnes qui se sont lancées dans la vente sur Internet y ont trouvé indépendance et liberté financière lors de la mise en place de leur propre site d'e-Commerce. Dans certains cas, leur site marchand constituait une extension d'une boutique traditionnelle déjà existante. Pour d'autres, cela constituait une opportunité pour démarrer une entreprise de commerce en ligne avec des coûts initiaux minimes.

Ils ont tous choisi à un moment ou l'autre ce qu'ils comptaient vendre en ligne. Certains ont opté pour un hobby, la photographie par exemple ; d'autres ont opté pour une approche plus pragmatique et ont recherché un groupe de produits.

Quelle est la meilleure approche ?

L'une de ces approches est-elle meilleure que l'autre ? Pas vraiment, à condition que vous respectiez certaines règles.

Les amateurs qui souhaitent faire de leur passion un commerce échouent souvent parce qu'ils gèrent leur entreprise comme en amateur. Par conséquent, vous trouverez sur Internet de nombreux avis vous déconseillant fortement de vous lancer dans l'e-commerce. Cependant, si vous aimez ce que vous vendez, vous serez aussi en mesure de communiquer votre passion. Si vous parvenez à conserver votre passion et à diriger votre boutique comme un vrai commerce, il n'y a aucune raison de ne pas réussir.

Si ce qui vous importe avant tout est de réaliser un revenu, et ce quel que soit le produit vendu, vous aurez davantage de flexibilité. Contrepartie : il vous faudra apprendre à bien connaître les produits que vous allez vendre dans votre boutique en ligne. En effet, pour obtenir le volume de ventes escompté, vous allez devoir conseiller vos clients ; c'est-à-dire que vous allez essentiellement devoir répondre aux questions concernant vos produits. Le logiciel e-commerce ShopFactory simplifie la navigation sur votre site, mais il ne peut pas répondre aux questions par téléphone ou par email pour vous.

Il ne suffit pas d'essayer de vendre des produits au prix le plus bas, d'autres proposeront à leur tour des prix plus bas. C'est pour cette raison qu'eBay est devenu un environnement commercial extrêmement féroce.

Déterminer les produits à vendre

Comment faire ? Voici tout d'abord une liste des produits à éviter.

Ne vendez pas ce que tout le monde propose déjà. Surtout, ne vendez pas ce qu'il est possible de trouver dans n'importe quel hypermarché. Les DVDs, les livres, les vêtements de marque connues et d'autres produits similaires seront difficiles à vendre, parce que vous ne pourrez proposer qu'une petite plus-value.

Le public connaît ces produits, et ils n'ont que peu de questions. Ils se contenteront de les acheter dans un centre commercial, sans avoir besoin d'être conseillé, ou au prix le plus bas sur Internet. Cependant, une personne souhaitant obtenir des conseils avant d'acheter des produits ne se rendra probablement pas dans un

hypermarché. Les vendeurs en connaissent souvent moins sur le produit que l'acheteur lui-même.

Offrir de la valeur ajoutée

C'est là votre atout, celui qui distingue votre boutique de vos concurrents et permet d'augmenter vos ventes.

Un grand nombre de personnes se rendent sur Internet pour chercher les produits qu'ils souhaitent acheter. Si vous proposez ce qu'ils recherchent, et que vous êtes en mesure de fournir les renseignements qu'ils sont en droit d'attendre d'un site d'e-Commerce professionnel, il n'y a aucune raison à ce qu'ils n'achètent pas chez vous… A moins que vos prix ne soient vraiment excessifs. Voici donc un autre élément à prendre en considération.

Avant de décider de ce que vous pouvez vendre, vous devez savoir à quel prix vous pourrez le vendre afin d'en retirer un bénéfice raisonnable. Et c'est un calcul bien plus complexe qu'il n'y parait. Vous devez trouver un fournisseur, évaluer les prix qu'il pratique, le coût de votre logiciel e-commerce ainsi que le coût de l'hébergement.

Ce n'est pas bien difficile, mais cela demande du temps et des efforts. Cela peut également nécessiter que vous changiez votre fusil d'épaule si vous ne parvenez pas à vous procurer vos produits à un prix qui vous permette d'être compétitif.

Voici pourquoi :

La chaîne de distribution.

Un fabricant crée un produit et le revend à un grossiste. Le grossiste peut distribuer les produits directement aux marchands, ou passer par d'autres distributeurs qui vendent à leur tour aux marchands. Dans le second cas, avant que le produit ne soit en votre possession, il est déjà passé par plusieurs intermédiaires, chacun ayant ponctionné sa marge bénéficiaire.

Une grande chaîne de magasins s'approvisionne directement auprès du fabricant ou du grossiste, éliminant ainsi au minimum un intermédiaire et parfois plusieurs. Par conséquent, cette chaîne de magasins peut vendre ses produits à un prix inférieur au vôtre, même si les frais de fonctionnement de leur boutique sont supérieurs aux vôtres. Dans la mesure où de nombreux clients se rendent dans leur boutique tous les jours, ils vendent davantage de produits, ce qui leur permet d'obtenir une remise plus importante du grossiste.

Vous aurez des frais de fonctionnement moins élevés, mais en contrepartie vous paierez davantage pour ces produits. C'est pour cette raison qu'il est important d'être le plus proche possible de la source. Plus près vous-en serez, meilleur sera votre prix d'achat, et donc votre marge bénéficiaire. Les articles que tout le monde vend proviennent généralement de grands fabricants qui ne font pas de vente directe. Même leurs grossistes ne vous vendront pas directement les articles. Peut-être pas même leurs distributeurs locaux.

Plus vous vous éloignez de la source, plus les produits sont chers. Cependant, même si vous payez davantage pour obtenir les produits, vos frais de fonctionnement sont minimes. Ainsi, selon les produits que vous vendez, vous pourriez même disposer d'un avantage en matière de prix. Votre recherche est donc un élément essentiel.

Les produits niche

C'est pour cette raison que l'on conseille souvent aux personnes souhaitant débuter un commerce en ligne de s'orienter vers des produits niche.

Qu'est ce qu'une niche exactement ? Ce sont des produits que tout le monde ne vend pas, ou une catégorie ou un groupe de produits qu'il n'est pas facile de trouver. Occuper un marché niche ne signifie PAS avoir une petite boutique, ou proposer un petit nombre de produits. Il y a de nombreux secteurs niche, de toutes tailles, avec plus ou moins de concurrence. Quels que soient les produits que vous vendez, vous aurez toujours des concurrents — c'est une composante du monde du commerce, comme pour une boutique traditionnelle.

Ces quelques petits conseils vous aideront à choisir les produits à vendre en ligne, ou, si votre choix s'est déjà

porté sur certains produits, à déterminer leur rentabilité. Une fois que vous avez déterminé votre niche, lancez-vous à la recherche de produits qui pourront compléter votre offre principale. Vous serez alors rapidement en mesure de mettre en place un site d'e-Commerce intéressant pour vos clients.

Bonne chance.