

www.Blog-Ecommerce.com



Conseils en e-marketing

Blog-Ecommerce.com

Licence Creative Common: vous êtes libres de reproduire, distribuer et communiquer cette création au public. Selon les conditions suivantes : 1/Paternité. Vous devez citer le nom « Blog-Ecommerce.com. 2/Pas d'Utilisation Commerciale.3/ Pas de Modification.

01/03/2008

Avant propos...

L'idée de réaliser cet ebook vient des dizaines de demandes de gérants d'entreprises que nous recevons sur www.blog-ecommerce.com. En effet les petites d'entreprises ont souvent de très bonnes connaissances techniques sur leur métier, mais ils ne savent pas forcément comment aborder le monde de l'ecommerce...

C'est pourquoi nous avons **rassemblé dans ce livre nos meilleurs articles publiés depuis plus d'un an. Tout au long de ces 70 pages nous allons vous guider** dans l'élaboration de votre projet, dans l'optimisation de votre site eCommerce, la préparation vos campagnes Adwords...

Ce guide a été conçu pour être 100% pratique et concret, en indiquant également les principales erreurs que font trop souvent certains sites eCommerce, que cela soit dans les choix de leur plan marketing, mais également au niveau de leur communication, dans l'organisation de leur site...

Bonne lecture à tous !

Olivier Levy

www.blog-ecommerce.com

contact@blog-ecommerce.com

Rubrique : Conseils en E-marketing

28/12/07

Taux de Transformation d'un site ecommerce

Le taux de transfo pour un ecommerce est le rapport exprimé en pourcentage du Nbre de ventes/Nbre de visites.

Au mois de Décembre, ce taux aura été de 0,74% pour Platine-Center.
C'est un assez mauvais taux sachant que:

1/ En général on parle d'un taux autour de 1% pour un site ecommerce, et qu'on prend une fourchette entre 0,5% et 5%, suivant le secteur d'activité (niche ou pas).

2/Ce taux sera amené, en théorie, encore à baisser, plus les visites augmenteront.

3/ C'est la période de Noël, donc les internautes sont dans une phase d'achat plus forte qu'à une autre période de l'année.

Mais:

1/ 86% du trafic de Platine est généré gratuitement (il vient surtout du référencement naturel (Google, Yahoo...)) et ce système de génération de trafic est réputé pour avoir le plus faible taux de transfo (notamment par rapport aux comparateurs de prix).

2/ Platine est sur une stratégie de respect des marges du marché (et donc de ses concurrents) et se refuse donc à casser les prix (ce qui est, hélas, quand-même très souvent le cas sur le Net...). Résultat, nous sommes presque toujours les plus chers pour un même produit. Celui qui arrive sur Platine et qui compare avec un autre site, n'achètera pas chez nous.

Voilà pour l'analyse.

Ce n'est pas pour autant que je ne vais pas tout faire pour augmenter ce taux. J'ai quelques idées... on verra si elles sont toutes bonnes ;-).

On fait le point dans 6 mois !

Bonne fin d'année à tous et merci de votre fidélité.

16/12/07

[Nombre de recherche Google sur un mot-clé](#)

J'ai rajouté un outil sur ce blog pour connaître le nombre de fois qu'un mot clé est tapé sur Google par mois.

Il se trouve dans la navigation à droite et est pré-paramétré pour la France.

Parfois les résultats indiquent 0. C'est souvent un bug, et il ne faut donc pas hésiter à renouveler sa requête.

Aussi, notez que, d'expérience, les résultats donnés pour la colonne "Google" sont largement en dessous de la réalité (vous pouvez largement multiplier par 2 les chiffres indiqués). Ce ne sont donc que des estimations.

Enjoy ! (perso, j'enjoy à mort cet outil !)

Pour mettre vous aussi ce module sur votre blog, copiez/coller ce code HTML:

```
METHOD='POST'
ACTION='http://tools.seobook.com/keyw ord-tools/international/'
target='_ blank'><B><FONT SIZE=- 1>Nombre de Recherche sur
Google/mois pour le mot clé:</B></FONT
SIZE=- 1><BR><input type='hidden' name='c'
value='1'><input name='keyw ord' type='text'
size=30><BR><br /><br><select
name='mkt'><option value='FR'>France
</option></select><br><input type='submit'
value='Suggest!'><br><FONT SIZE=- 2>By <A
HREF='http://w w w .platine-center.com'>Sono
Portable</A></FONT SIZE=- 2></form>
```

14/12/07

[Euh... Mais que fait Google ?](#)

Euh... Mais que fait Google ?

L'un des avantages d'avoir un blog est le fait de pouvoir rencontrer des gens qui travaillent dans votre secteur et donc de faire du networking.

Grâce à Blog-Ecommerce.com j'ai, petit à petit, rajouté dans ma liste de connaissances des gens de tout bord. Tous, toujours dans l'Internet, mais avec des savoir-faire différents.

Ainsi, lorsque j'ai besoin d'un peu de graphisme j'ai quelqu'un (salut Cédric !), besoin de conseils techniques (coucou le Belge !) ou besoin d'un site HTML (coucou Denis), j'ai toujours sous la main une palette de savoir-faire.

Et quand il s'agit de Google (même si c'est mon métier, il est faux de penser qu'on "sait déjà tout"), je tel Pacôme.

Pacôme a une société éditrice de contenu Internet et gère plusieurs sites sous sa propriété.

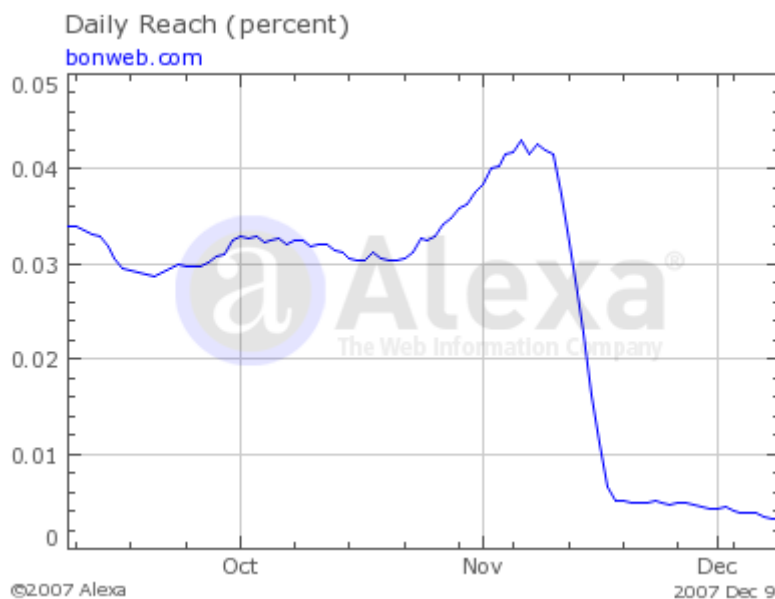
Sa façon de comprendre et de "travailler" Google se rapproche de la mienne et est, heureusement, bien loin de l'esprit de certaines personnes qui ne voient en Google qu'un Big Brother sans éthique.

Alors, j'ai téléphoné à Pacôme pour lui demander ce qui, selon lui, était devenu la nouvelle politique de Google en termes de netlinking.

Parce que ça bouge grandement sur ce point chez Google, et à mon niveau (Platine-Center en particulier) je vois des trucs bizarres. Prenons l'exemple du site www.bonweb.com.

C'est un site qui générait quelques dizaines de milliers d'euros chaque mois uniquement grâce à son trafic. Quelle ne fut pas la surprise (le désespoir !) des 2 gérants de ce site lorsque, il y a 2 mois, leur site s'est fait blacklisté par Google !! Blacklisté, carrément ! C'est-à-dire que plus aucune page de leur site ne se trouve dans l'indexe Google ! La sanction est rude...

Et pour le trafic, les conséquences sont sévères ! Regardez ce graphique :



*Inutile de préciser que leur CA en a pris un sacré coup...
Bref, tout ça pour dire, qu'après ma discussion avec Pacôme, voilà ce que j'ai appris :
Google semble avoir rajouté un paramètre dans son algorithme, au niveau des liens externes
(quand un site fait un lien vers le votre). En effet, il ne suffit plus d'avoir un lien sur un site.
Pour que ce lien ait de la valeur aux yeux de Google, il va falloir que ce lien soit cliqué !!*

Et oui !

Bon, alors ça m'a un peu dépité au début...

*Mais quand on y réfléchit 2 secondes, ce n'est pas idiot de la part de Google de procéder ainsi. La question est : « pourquoi donner de la valeur à un lien d'un site vers un autre site, si ce lien n'est pas cliqué par les internautes du site qui contient ce lien ? »... (heu... ; ça va ?... tout le monde suit ???) Et oui... il est loin d'être stupide le p'tit Google...
Donc voilà. Faut faire avec. Pas la peine de se plaindre.*

Alors, qu'est-ce que ça change ? Et bien ça change pas mal de trucs. D'abord, j'aurais maintenant tendance à déconseiller les liens en « footer » (ceux qui se trouvent en bas de chaque site). Je pense aussi que s'inscrire dans des annuaires qui ne génèrent pas énormément de trafic, ne sert plus à rien et enfin, je pense que les liens se trouvant dans des forums vont prendre, mécaniquement et petit à petit, de plus en plus de poids (ce qui n'était pas le cas avant).

Voili, voilou...

En espérant que ça vous aide.

18/11/07

5 erreurs de linking à éviter.

Tout le monde le sait: il faut de liens qui pointent vers votre site pour que celui-ci soit considéré comme crédible par Google et donc ait des chance d'en atteindre la première page. On sait aussi, que si les liens qui pointent vers votre site se nomment "mot clè" vous aurez de bonnes chances d'être bien positionné sur la requête "mot clè".

Mais une vraie stratégie de linking, puisque c'est ainsi qu'on nomme cette pratique, se doit d'éviter certaines erreurs:

1/ Les annuaires c'est bien, en abuser ça craint ! Concentrez-vous uniquement sur les annuaires qui **ne demandent pas** de liens retour et les plus connus. Une fois ce tri de fait, il ne devrait pas en rester plus d'une cinquantaine.

2/ Les réseaux sociaux ?? !! Non, un lien sur une page Myspace ne vous apportera rien de plus que les quelques personnes qui auront visité votre page MySpace puis cliqué sur ce lien. Google, lui, il s'en moque ! ... Parfois, à entendre certaines personnes, on dirait que l'Internet n'existait pas avant les MySpace et autres Facebook...

3/ Le PageRank c'est bien, en abuser.... ! Je ne suis pas un fan du PageRank, mais il est vrai qu'il sert encore **un peu** à privilégier certains sites par rapport à d'autres. Vous voulez savoir quels sont les PageRank des sites qui se positionnent sur un mot clés particulier. Il existe un formidable outil pour cela : [[http:// ????.com](http://????.com) , *information réservée aux abonnés à la newsletter ou au flux RSS de blog-ecommerce.com*]. Mais encore une fois, ne pas en abuser. Il est tout à fait possible de se placer devant un site à plus fort PR que le votre sur des requêtes très concurrentielles.

4/ Evitez les échanges de liens. Google comprend bien que c'est uniquement un échange et donc presque du copinage, et n'y voit là aucune pertinence.

5/ Fuyez comme la peste les soumissions automatiques dans des annuaires. Google, s'en pour autant sanctionner les sites utilisant de telles pratiques, sait reconnaître ce genre d'activité et n'en tient donc pas compte.

En espérant avoir aidé.

Si vous voyez d'autres erreurs à éviter, vos commentaires seront les bienvenus et complèteront ce post.

UPDATE, suite aux commentaires sur www.blog-ecommerce.com:

Merci à Rémy:

- Ne pas acheter ces liens directement.
- Privilégier les sites de thématique proche.
- Eviter les sites pas sérieux

Merci à Nico:

Pour compléter je dirais aussi de privilégier des liens contenu dans du texte, avec un paragraphe autour, Google détectant les liens en footer ou les listes de "sites partenaires"

10/11/07

[Google c'est comme chez Carrefour !](#)

Dans le précédent post, j'expliquais que j'avais modifié la gamme "micros sans fil" de Platine-Center. J'avais raisonné un peu comme un chef de rayon chez Carrefour (un de mes premiers boulots) à qui on demande d'augmenter et maîtriser la rentabilité de son univers grâce à un Plan Merchandising ("plan merch"): "*je mets quoi en Tête de Gondole (les "TG")*", "*je mets quoi dans mes zones chaudes (les produits qui se trouvent au niveau des yeux dans les rayons chez Carrefour)*", "*comment je guide mon client à travers le rayon ?*", "*cette marque vend-elle moins que les autres ?*", "*et mes promos j'en fais quoi ???*".

Donc pas mal de modifs avaient été faites.

Mais j'avais une crainte sur un point: le positionnement de Platine-Center sur la requête "Micro sans fil" allait-il en pâtir (j'étais en page 2 sur Google depuis plusieurs mois... bien mais pas top ...), notamment à cause du fait que j'avais dé-référencé une marque et donc réduit mon offre sur ce produit.

C'est l'inverse qui s'est passé. Platine est en première page de Google sur la requête "micro sans fil" depuis hier.



Donc, Google semble avoir apprécié le petit coup de fraîcheur dont la gamme a bénéficié.

Pour moi, l'explication c'est que ce nouveau merchandising a baissé mon taux de rebond sur cette requête (explication de cette notion chez [outil-référencement.com](http://outil-referecement.com)). Google Analytics n'indique pas de changement pour l'instant sur ce point, mais il est encore trop tôt pour avoir des stats pertinentes, donc on verra dans quelques semaines.

La conclusion de tout ça c'est que puisque Google connaît les Zones Chaudes de votre ecommerce (pour ceux qui ont installé Google Analytics), avoir un raisonnement genre "chef de rayon Carrefour" pour vos gammes améliorera non seulement le CA de ce rayon, mais aussi, et surtout, votre référencement naturel sur la ou les requêtes associées à cet univers.

06/11/07

[C'est quoi une bonne fiche produit ?...](#)

Ce matin, livraison. Cette après-midi refonte de la gamme "[micro sans fil](#)" de Platine-Center.

Et ça prend du temps grave, parce que pour chaque micro sans fil, vous avez différentes fréquences et différentes configurations (micro casque, micro cravate et micro main).

Tout pour améliorer le référencement naturel de Platine sur les requêtes associées, et aussi pour simplifier le merchandising de la gamme (trop de références différentes, des promos par pertinentes du tout, les produits stars trop en bas de la page donc il fallait scroller pour les voir et déréférencement d'une marque que je ne trouvais pas pertinente sur ces produits).

Et j'en ai profité pour refaire aussi chaque fiche produit. Et cela m'a fait penser à différents articles que je lis à droite à gauche et qui expliquent qu'une bonne fiche produit c'est une fiche produit avec un gros boutons bien visible et si possible en haut, qu'il faut des images claires avec un zoom, qu'il faut un bouton avec marqué "ajouter au panier" plutôt que "acheter" car ça fait moins "agressif" et qu'il faut, bien sûr que le prix soit bien visible...

Well...

Ben moi j'ai rien fait de tout ça aujourd'hui...

Pour moi une bonne fiche produit, c'est une fiche produit qui évite que l'internaute vous appelle pour vous poser LA question idiote !!

"Est-ce que le micro est livré avec une pile ?"

"Est-ce que si je clip le micro sur ma chemise ça fait comme un micro-cravate ?"

"Ca veut dire quoi toutes ces fréquences ?"

"Ca veut dire quoi 200 Hz ?"

"C'est possible d'utiliser le micro main et le micro casque en même temps ?"

"Heu... ça sert à quoi ça ?..."

Et j'en passe et des meilleures !

Alors voilà les arrangements que j'ai fait sur cette gamme. Parce que vous pourrez avoir le plus gros bouton du monde, placé pile au bon endroit, avec marqué dessus la meilleure phrase d'accroche possible et avoir le zoom le plus puissant du monde pour agrandir la photo... si y'a un truc qui fait que l'internaute bloque sur un détail, croyez-moi, y'aura personne pour cliquer sur votre bouton !

Alors pour moi, la meilleure fiche produit, c'est celle qui contient toutes les réponses que vous ont posé vos internautes par téléphone. S'il est rassuré et qu'il a trouvé réponse à ses interrogations (à ses angoisses ?...), alors ne vous inquiétez pas, il le trouvera le bouton à cliquer...

05/11/07

[Les Backlinks et le Ecommerce](#)

On appelle backlinks, les liens de sites web qui pointent vers votre propre site. Plus vous en avez, plus Google vous considérera comme pertinent, mieux vous serez positonné dans son

index. Si en plus, les sites qui pointent vers vous sont des sites "célestres", c'est encore mieux. S'ils sont dans votre thématique, c'est encore mieux. S'ils sont avec des extensions comme .gov ou .edu (ie: www.harvard.edu), c'est encore mieux. Certains parleront de PageRank, mais c'est un indicateur auquel je ne crois plus, et je ne crois pas d'ailleurs, avoir prononcé ce mot une seule fois depuis que j'édié ce blog.

Bref, les backlinks sont importants pour le positionnement naturel de votre site dans Google. Si en plus, l'anchor de ces backlinks contiennent un mot clé important pour vous, vous aurez plus de chance d'être bien positionné sur cette requête dans Google (c'est d'ailleurs pour cela que vous trouvez des liens vers les sites de mes clients en bas de chaque post).

Voilà pour le petit cours, mais je pense que vos avez déjà lu ce genre de conseils (si ce n'est pas le cas, fouillez un peu sur webrankinfo.com, vous trouverez toutes les infos qu'il vous faut).

Il existe un moyen pour connaître vos backlinks et ceux de vos concurrents. Allez sur Yahoo.com et tapez ceci : *linkdomain:www.platine-center.com -site:www.platine-center.com -site:platine-center.com* (ici exemple avec mon site Platine-Center.com).

Vous aurez jusqu'à 1000 réponses, bien suffisant pour bien travailler. Google aussi donne ce genre d'info, mais avec moins de résultats.

Ca, pas mal de personnes connaissent.

Mais il y a une donnée que Yahoo ne fournit pas : l'anchor !

Et oui, comment expliquer que votre concurrent soit super bien référencé sur la requête « lecteur mp3 » alors que vous avez plus de backlinks que lui ?.... La réponse se trouve, sûrement, dans les anchors text de ces backlinks. Et il existe un outil, très peu connu en France, celui-là..., qui vous l'indique. Cet outil se nomme [www.???.com (partie réservée aux abonnés Newsletter ou RSS de ce blog)].

Cet outil est tellement puissant et demande tellement de bande passante, que son utilisation journalière est limitée par internaute.

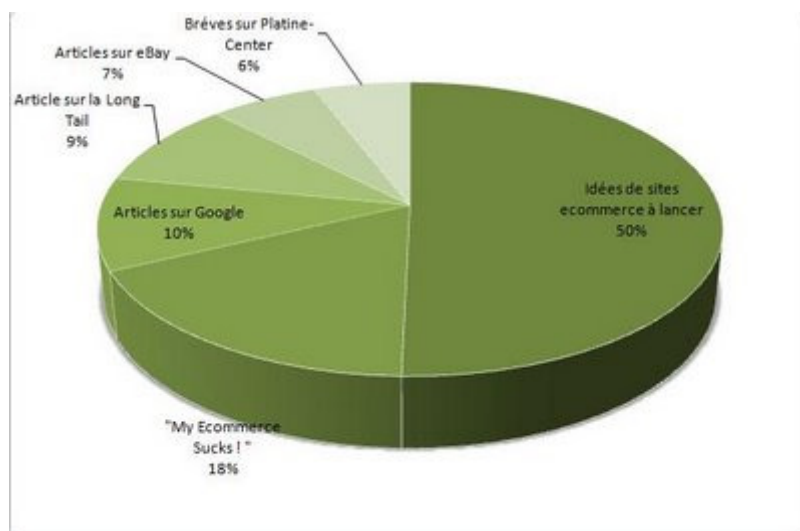
Avec cet outil, une bonne partie de la stratégie emarketing de vos concurrents sera mise à nu. A utiliser sans modération !!

28/10/07

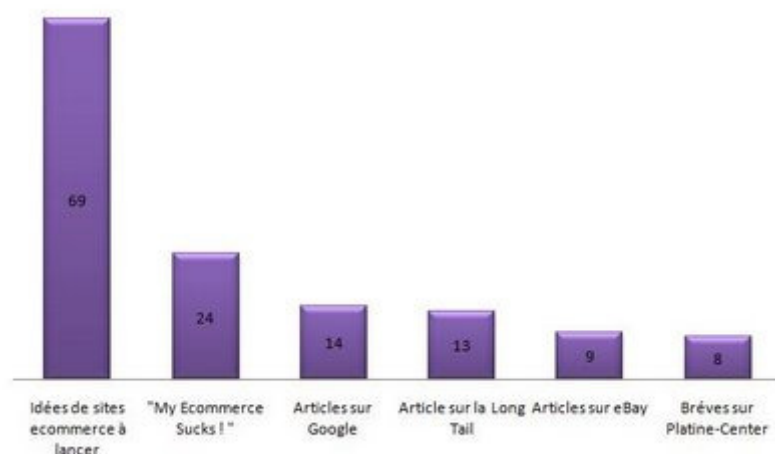
[Résultats du sondage Blog-Ecommerce.com](#)

A la question: "**Quels sont les articles que vous préférez sur Blog-ecommerce.com ?**" 98 personnes ont répondu, et je les remercie.

Voici les résultats:



Ou sous forme de barres, pour ceux qui préfèrent (genre moi... :-))



On voit donc bien une nette préférence pour les articles "Idées de sites ecommerce à lancer".

J'avoue être assez déçu de cette dominance. Mais je ne peux en vouloir qu'à moi-même. J'ai beaucoup joué sur ce « cadeau bonux » pour promouvoir mon blog. De ci de là, des forums qui reprennent chaque idées que je mets en ligne avec des commentaires du style « *Regardez ! ce type met des idées de business à lancer, gratos sur son site !!! Troooooop bien !! il est con... pkoï il les lance pas lui-même !!... ???!!!\$\$\$...* ».

Et pourtant, ... toutes ces idées que je mets sur mon blog, ne valent pas plus que le cadeau que met Bonux dans ses paquets de lessives. Croyez-moi !

Ce n'est pas avec le cadeau Bonux que vous allez laver votre linge, et ce n'est pas non plus avec ces idées ebusiness que vous allez réussir votre entreprise. Cette rubrique n'a qu'un objectif (en plus de faire la promotion de ce blog) : prouver que le ecommerce n'est pas à la merci des grands, mais bien au contraire que les petits ont encore toute leur place, et pour

longtemps.

Non. Les vrais articles sont ceux traitant de la Long Tail (une notion très importante dans l'Internet de demain), ceux traitant de Platine-Center (quoi de mieux que l'expérience des autres pour apprendre ?) et, bien sûr, « My Ecommerce Sucks ! », véritable « business case » de pragmatisme ebusiness et de ce qu'il ne faut pas faire.

Cela me rappelle l'histoire de "Jonathan Livingston le Goéland", de Richard Bach. Ce goéland qui en avait marre de rester sur son rocher et qui décida d'apprendre à faire des pirouettes dans le ciel. Ses pirouettes devenant de plus en plus complexes, il a besoin de voler toujours de plus en plus haut et de plus en plus loin de son rocher et des ses compagnons. Compagnons qui, un jour, le rejettent. Le goéland découvrira ainsi le monde pendant de longs mois, et lorsqu'il revint au bercail il proposa à ses compagnons de le suivre. Quelle ne fut pas sa déception quand ces derniers lui répondirent que la seule chose qu'ils souhaitaient apprendre de lui, ... c'est à faire des pirouettes....

21/10/07

[Le Quallity Score chez AdWords](#)

Petit conseil pour les entreprises qui achètent des mots clés sur le réseau AdWords de Google: une fois qu'une annonce vous rapporte assez de ventes et que vous vous considérez comme proche de la rentabilité maximum... NE TOUCHEZ PLUS A RIEN !!!!

Et je m'adresse surtout aux ecommerce (principaux lecteurs de ce blog).

Lorsque vous paramétrez une annonce pour un produit en particulier, et qu'après peaufinage (ça peut pendre facilement 2 à 3 mois), vous êtes satisfait des résultats, ne touchez plus à rien. Et cela, même si vous pensez que vous pouvez encore améliorer votre annonce ou votre taux de transfo.

Cela impactera votre Quality Score (QS), et donc, pour le même prix que vous payiez avant, vous obtiendrez un moins bon classement.

L'occasion pour moi de faire le point sur les mythes qui entourent ce fameux QS de AdWords:

1/ **Il n'existe qu'un seul QS ! FAUX.** Il y en a au-moins 4: un pour le CPC, un pour la position de l'annonce, un pour le Search et un pour le réseau AdSense.

2/ **Si je change de compte AdWords, je perds mon QS ! FAUX:** si vous gardez la même liste de mots clés, la même landing page ET le même texte, vous garderez votre QS. Par contre, si vous gardez le même compte MAIS que vous changez un de ces 3 critères, vous modifierez votre QS. C'est pour cela, que je conseille en début de ce post de NE PAS changer quoi que ce soit si vous êtes content des résultats (AdWords c'est un peu comme une martingale).

3/ **Mettre son annonce en "Pause" modifie le QS ! FAUX:** j'utilise souvent cette option pour Platine-Center, par exemple lorsque le produit n'est plus en stock chez mon fournisseur. Lorsque le produit revient en stock, je peux « unpaused » l'annonce concernant ce produit et j'aurai gardé mon QS.

4/ **Le QS est mis à jour en temps réel ! FAUX :** le requêtes à forts volumes sont mise à jour plusieurs fois par 24H, les autres peuvent attendre presque une semaine avant de voir leur QS évoluer.

5/ **La landing page influence le QS ! FAUX:**
La landing page peut modifier votre ROI, mais n'influence pas le QS.

En espérant avoir aidé, le message à retenir de ce post est: ne touchez plus à rien, si vous êtes satisfait de votre ROI pour une campagne en particulier.

Petit message aux concurrents de Platine-Center (je sais que certains me lisent. Y'en a même un qui s'est abonné à la newsletter avec comme email contact@nom-du-site-concurrent.com Pas malin comme veille concurrentielle ;-)): Arrêtez de payer trop cher vos clics sur AdWords... On est en train d'enrichir Google alors qu'on pourrait gagner autant en payant tous beaucoup moins... Mais bon.. Moi je dis ça... je dis rien...

Rubrique : Référencement Naturel

21/12/07

[Première page Google sur "platine USB"](#)



Le cadeau du moment pour grand-parents est la platine vinyle USB pour transférer ses anciens vinyles sur son ordinateur.

"Papy, t'as un ordinateur !??"

"Oui"

"Papy, t'as pleins d'anciens vinyles ?!"

"Oui oui, y'en a trop même. Ca fait 45 ans qu'il lui dis à ton grand père !!!"

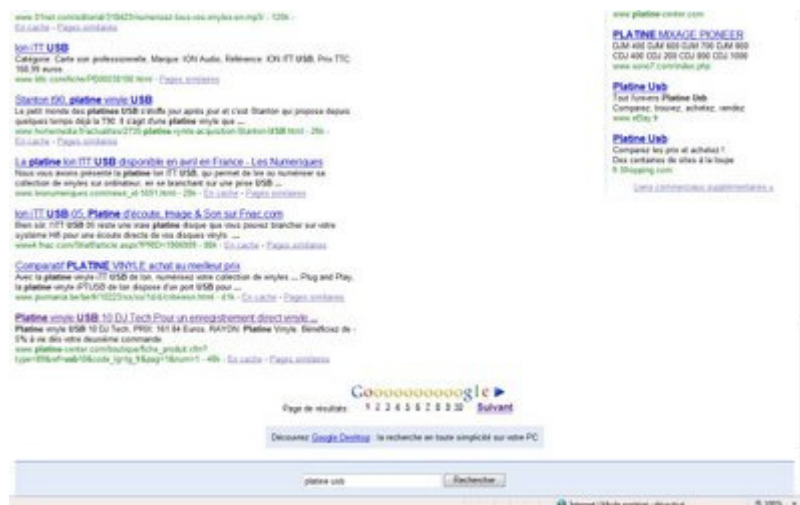
(ça c'était la grand-mère...)

"Tiens, cadeau, ça c'est une platine USB pour transférer tes vieux vinyles sur ton ordi !! :-)"

PS: Expliquer ensuite à Grand-mère que ce n'est pas une raison pour jeter tous les vinyles.....

Et bien Platine-Center a passé toute la période des achats de Noël bien au chaud en première page de Google sur la requête "platine usb".
Du coup, j'en ai vendu pas mal ce mois-ci.

La preuve par l'image:



Si vous êtes ecommerçant et que vous souhaitez améliorer aussi votre référencement naturel sur Google, vous pouvez m'envoyer un email pour un devis.

14/11/07

"Non !! Platine-Center c'est toi ? !!!"

Ce week-end une amie de Toulouse montée sur Paris me présentait des amis à elle. On en vient à parler, se payer des verres, sortir des blagues, puis vient le "et tu bosses dans quoi dans la vie ?" ... Classique quoi ...

L'un d'eux était DJ...

well... hum... "et si je te payais un autre verre ?..."

A ce moment-là commencent les blagues du genre:

Mon amie de Toulouse: "Ouhaaaaaais, il a lancé un site de vente de matériel de DJ !! J'te l'avais pas dit ?..."

Le DJ: "bah non !"

Moi: "Hey j'espère que t'as déjà acheté sur mon site !! Ah ah !! Fais gaffe, je vérifierai mes comptes clients en rentrant."

Tout le monde: "Ah ah ah !!!"

Le DJ: "Et c'est quoi le nom de ton site que j'aille voir en rentrant ?"

Moi: "Platine tiret center, C E N T E R, point com"

Le DJ: "..... quoi ? Arrête tes conneries...."

Moi: "Véridique. "

Le DJ: " J'hallucine !!!"

Mon amie de Toulouse: "Kouaaa !!! Me dit pas qu'tu conaaaais"

Le DJ: "Bah si... Y'a pleins de DJ qui connaissent!! Mais c'est nouveau comme site non ?"

Moi : :-) :-) :-) :-)

Et oui, c'est tout nouveau... Ouvert en Mars 2007, soit depuis seulement 8 mois.

Alors comment un site si jeune et si petit peut être aussi connu dans le monde fermé et d'initiés qu'est le monde des DJ ?

Comment un site sur un marché très concurrentiel (moins que l'informatique, bien sûr, mais avouez qu'on ne vend pas non plus des bougies en papier), a pu passer devant la majorité des « anciens » du secteur ?

La réponse est simple : lorsqu'un DJ se connecte sur Google pour acheter un article, **II NE PEUT PAS** ne pas voir Platine.

Démonstration :

Platine vinyle : 1^{ère} page, 5^{ème} position

Pack dj : 1^{ère} page, 7^{ème} position

Platine dj : 1^{ère} page, 3^{ème} position

Platine : 1^{ère} page, 2^{ème} Position

Casque dj : 1^{ère} page, 7^{ème} position

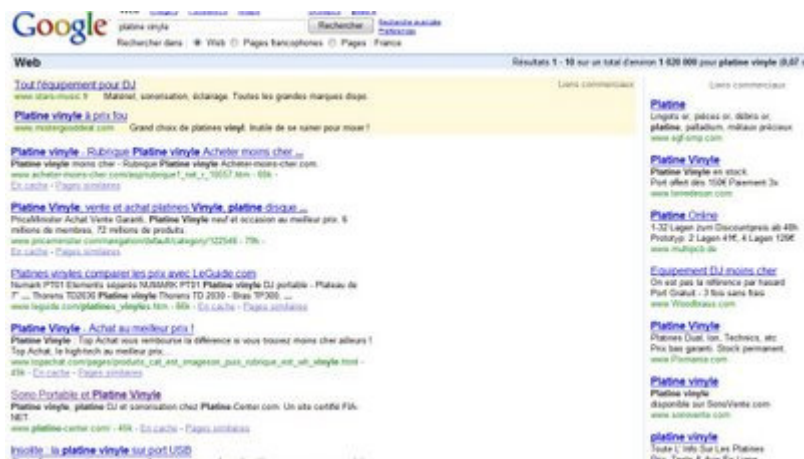
Boutique dj : 1^{ère} page, 1^{ère} position (un mot très Long Tail)

Feutrine pour platine : 1^{ère} page, 3^{ème} position

Bien sûr, toutes nos marques (**Reloop, Mac Mah, Jaytec...**) sont en première page aussi (sauf behringer.... Aie aie....).

Et enfin, si vous cherchez un produit spécifique avec sa marque et sa référence, là, on est à chaque fois en première page (ex : **Reloop RMP 2**).

Preuve par l'image avec la requête « **platine vinyle** »:



Donc, oui, s'il existe encore un DJ en France qui ne connaît pas [Platine](#)... bah.... Faut qu'il arrête de mixer, parce que ça y est... il est has been !!! :-)

13/10/07

[Google m'a obéi](#)

Dans un [post précédent](#), je m'étais un peu engueulé avec Google, parce qu'il ne voulait pas me mettre en première page sur le mot "[sono portable](#)".

Il semblerait qu'il a compris la leçon, puisque, depuis Jeudi dernier, Platine-Center est enfin en première page de Google sur la requête "[sono portable](#)" (plus ses petits frères que sont "[sono portative](#)", "[sonorisation portative](#)" et "[sonorisastion portative](#)").

Bon, merci Google, mais la prochaine fois ne m'oblige pas à sévir. D'accord ? Tu sais, moi aussi je t'aime bien, mais parfois, si je m'énerve, c'est pour ton bien. Moi, les sono portables j'ai une très bonne marge dessus, et il y a beaucoup de gens qui recherchent ce mot sur ton site. Donc, il est normal que je veuille y être visible. C'est logique non ? Est-ce que tu comprends ?

Google: Vouiii... :-)

Bon. C'est bien. Aller, fait bisous...

Mais... une dernière chose. Quand on tape "sono portable", tu vois que je suis 10ème et qu'en 9ème position on trouve Interson.fr. Toi comme moi on sait qu'il n'a rien à faire là celui-là. N'est-ce pas ? Alors, et je te le demande gentiment, tu vas être un gentil garçon et je compte sur toi pour me faire passer devant lui. Merci.



Et fait vite s'il-te-plait ! Parce que, "Ce n'est pas obéir qu'obéir lentement" (*Pierre Corneille*).

Et passe un bon week-end !

Google: Vouii... Mouerci... toi aussi Olivier....

29/09/07

[Qui veut un casque DJ ?](#)



Forte augmentation des ventes de casques DJ depuis Vendredi.

Je ne sais pas ce qu'il se passe, il faut que je mène l'enquête.

Comme tout bon détective, j'ai listé toutes les possibilités pour expliquer cette augmentation de CA. Ainsi, je les étudierai une par une pour être certain de n'avoir rien oublié:

1ère possibilité: Quelqu'un a fait de la pub sur TF1 en prime time pour Platine sans me prévenir !

2ème possibilité: Quelqu'un a acheté sans me prévenir (décidément... on n'est plus maître sur son bateau...) une pleine page dans le dernier numéro de "DJ Magazine"

3ème possibilité: Tous mes concurrents ont arrêté de vendre des casques pour DJ.

4ème possibilité: Cdiscount, Pixmania, RueDuCommerce et MisterGoodDeal ont fait faillite.

5ème possibilité: Platine est en première page de Google sur "casque dj".

6ème possibilité: Le DJ David Guetta a lancé au micro "Achetez vos casques chez Platine, c'est super !! " lors de son dernier mix à Ibiza devant 50.000 personnes.

7ème possibilité: Loic LeMeur, Techcrunch et PresseCitron ont tous les 3 (en même temps) écrits un post ditirambique sur les fameux casques DJ de Platine.

Genre: **Loic Twitter:** "Départ pour SF. Heureusement acheté casque sur Platine pour écouter iPod dans avion !" **Techcrunch:** "Nouvelle start-up française: Platine se lance dans le "casque DJ" en ligne!". **PresseCitron:** "Ouhais super ! J'ai reçu un casque gratos de la part de Platine. Je le teste et vous en parlerai plus tard !!!!! ;-)... :-))) !!! Saluuuut! "

Bon, si vous voyez d'autres possibilités, merci de me les faire suivre. Je mènerai l'enquête.

De mon côté, je vais contacter TF1 et PPDA pour leur demander s'ils n'ont pas vu passer par hasard une pub pour Platine dans leur écran publicitaire. Je téléphonerai à David Guetta après...

24/09/07

Platine et Google, main dans la main !

Platine-Center est en première page de Google sur le mot clé "platine vinyle", depuis hier (10ème position) ([voir ici](#))

Cette requête est extrêmement concurrentielle ET recherchée par les internautes. C'est donc une très bonne nouvelle pour Platine. Je ne pensais pas avoir ce résultat aussi vite (7 mois), mais tablais plutôt sur un délai de 1 an minimum. Mais le travail de référencement réserve parfois, et heureusement, de bonnes surprises.

Maintenant que j'ai cette position, voyons si je peux espérer plus... ;-)

Au-dessus de moi, il y a Clubic (9ème position). A la vue de la landing page que propose Google (la page d'arrivée), je pense que Clubic a un taux de rebond supérieur au mien sur cette requête. Je suis aux alentours de 20% sur ce mot clés en particulier ce qui est un très bon chiffre (on estime qu'un taux inférieur à 30% pour un ecommerce est un bon taux). Je ne connais pas ce taux pour Clubic sur cette requête (ce sont des informations que Google ne fournit qu'au seul propriétaire du site), mais je pense qu'il est au-dessus de 20%. Donc, j'anticipe de passer au-dessus de Clubic dans les mois à venir, même si ce dernier est bien plus "connu" que moi.

Ensuite, en 8ème position, je vois Wikipedia... Hum... du lourd encore...

Mais si on regarde la Landing page, là encore, c'est bien mais moins bien que moi avec ma Landing page très pertinente. Je pense, là encore, que je devrai monter d'une place d'ici quelques mois.

Après, je pense que je serai bloqué... :-)

Face à Audiofanzine, Webmarchand et Priceminister...äie äie äie. Mon petit site ne fait pas le poids (sauf coup de chance... et c'est déjà arrivé sur d'autres requêtes). Il y a aussi Son-Video.com au-dessus. Mais là encore, c'est du gros et surtout du bien optimisé sur cette requête... Donc, pas facile à déloger !

Voilà.

Bonne nouvelle pour Platine, donc.

Je continue a optimiser la Landing Page histoire de garder ma position à défaut d'en gagner...

Et versons une larme pour Pixmania.com, qui était 10ème sur cette requête, et qui se trouve maintenant relégué en 11ème position... et donc page 2. ("*oops... I did it again !!*" **Britney Spears**)

17/09/07

Platine et Google... une histoire d'amour qui continue !



Platine et Google continuent leur histoire d'amour.

Et comme toutes les histoires d'amour, il y a des hauts et des bas.

Les bas, c'était cet Eté: j'avais fermé le site pendant une semaine pour bronzer tranquillement, et à mon retour j'avais perdu TOUTES mes premières pages sur Google. Panique !!

J'avais pris Google entre quatre yeux avec le classique "Il faut qu'on parle..." et petit à petit tout revient dans l'ordre.

Platine est en première page pleins de nouvelles requêtes depuis quelques semaines:

"boutique de platine"

"platine dj"

"pack dj"

"mac mah" (une marque hyper connue dans la monde de la sono)

"rack dj"

"pack sono"

"regie dj"

+ pleins de requêtes en p.2, qui n'attendent qu'une chose: rejoindre leurs copines du dessus...

Et parmi ces requêtes en page 2, justement, il y en a une que je veux absolument monter en première page: "sono portable" !!

Je suis bloqué en page 2 depuis plus de 2 mois. J'ai essayé pas mal de trucs, en vain ! Pourtant je la veux plus que tout !!

Alors je ne sais pas ce que je peux encore faire (si vous avez des idées, elles sont le bienvenues et seront étudiées avec soin :-)) , mais Google, si tu m'entends, sache que je ne lacherai pas le morceau !! Je serai en première page sur cette requête que tu le veuilles ou non! Et ne fait pas genre tu m'entends pas !! Je sais que tu lis ces lignes ! Et sur ce blog, le chef, c'est moi ! Alors tu m'écoute et on va même commencer maintenant: suit ce lien: [sono portable](#) !

Non mais !!! On va pas se laisser dicter par une machine non plus !!!

(Désolé pour cette scène de ménage en public... l'amour, c'est ça aussi...)

Pour vivre la même histoire d'amour avec Google et votre ecommerce, envoyez-moi un email: olivier.levy@gmail.com

16/09/07

[Skinizi makes your iPod beautiful !](#)



Un second client a ouvert boutique ces derniers jours: Skinizi.com

Il vend des [Skin pour Ipod](#) et autres [protection ecran ipod](#).

Voici le speech par l'équipe Skinizi:

"Skinizi est une boutique de vente de skins pour iPod. C'est la meilleure solution pour [personnaliser un ipod](#) et le protéger des petits tracas de sa vie quotidienne.

Les skins proposés par Skinizi sont des adhésifs très haut de gamme en vinyl très fin de marque 3M™ sur lesquels sont imprimés les visuels de nos artistes. Ils sont imprimés en qualité photo et sont recouverts d'un film glacé anti-rayure, anti-UV et anti-graffiti.

Skinizi c'est associé avec plusieurs artistes autour du globe afin de vous proposer des visuels originaux et authentiques. Certains comme [Moon](#), [Misstigri](#) ou encore [Pairo](#) sont maintenant très connus et les autres ne tarderont certainement pas à l'être !

Afin de mieux se rendre compte du superbe rendu des skins, Skinizi a mis à disposition une [galerie photo](#). "

Voilà. Bravo à l'équipe (qui vise l'international... quand-même !!!)

En ce qui concerne leur positionnement sur Google, après 3 jours d'ouverture, le site est en première page sur "[ipod skin](#)", requête principale, laissant loin derrière ses concurrents, arrivés pourtant bien avant sur le Net.

Et le travail n'est pas fini.

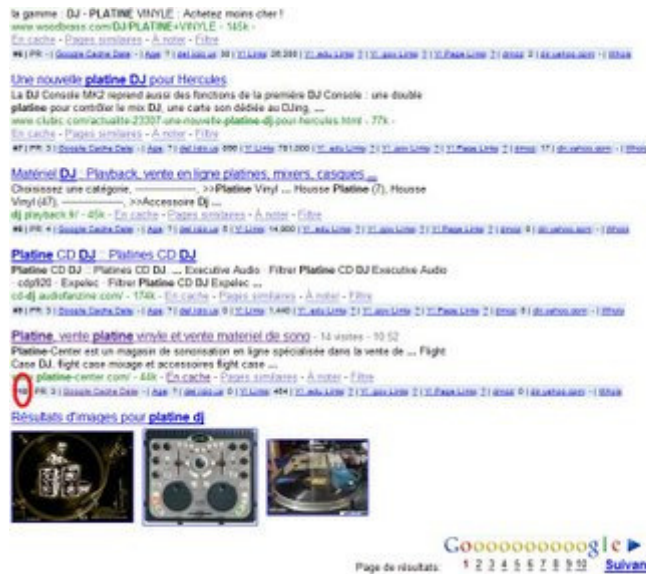
20/08/07

[Première page sur "Platine DJ"](#)

Platine-Center est en première page de Google depuis hier sur la requête "**platine dj**".

C'est vraiment une bonne nouvelle pour moi, car cette requête je la voulais depuis le Jour 1. De plus, lorsque Google a annoncé le lancement de son système de recherche universelle (c'est-à-dire qu'il a décidé de mélanger les résultats de recherches avec de Google Image et des vidéos) cette requête faisait clairement partie de celles menacées par un tel changement, car le web foisonne d'images et de vidéos sur ce thème.

D'ailleurs, [Platine](#) est en 9ème position sur cette requête, et que trouve-t-on en 10ème position ? Des images de [platines dj](#) !! Comme par hasard...



Donc, c'est une très bonne nouvelle.

Maintenant, regardons les sites qui se trouvent au-dessus de Platine:

En première position, PriceMinister...

Bon, et bien, je pense que je peux mettre une croix sur la première position alors... Avec sa notoriété et les dizaines de vendeurs qui vendent des centaines de platines sur son site, PriceMinister est impossible à déloger sur cette requête. En plus, ils semblent l'avoir pas mal travaillé ce mot clés (tout est optimisé pour...). Donc, adios position number one !!

En deuxième position, on voit Top Achat.

Là encore, forte notoriété et longue ancienneté. Mais surtout, ils semblent, eux aussi, avoir bien bossé cette requête (à tel point qu'ils arrivent devant Price quelques fois).

Giving up !!

En troisième position: Bizrate.

Gros comparateur de prix. En plus, d'expérience je sais qu'ils bossent pas mal leur ref chez Bizrate. Impossible à déloger sur cette requête (à mon avis).

En 4ème position: Woodbrass. Un des gros gros leaders sur mon secteur. C'est un peu le Pixmania de la musique. Impossible à déloger.

En 5ème position: Clubic. Assez costaud sur la requête "platine dj"... Délogeable, mais d'ici un an minimum, à mon avis. Sauf coup de chance (et il en faut aussi dans le référencement..).

Entre la 6ème et la 8ème position: Playback.fr et Audiofanzine.

J'ai souvent du mal à passer devant Audiofanzine, car ce site est une référence sur mon

secteur. Mais comme Playback.fr a réussi, je me dis que je peux le faire aussi. Reste à trouver comment Playback.fr arrive à ce résultat.

En 9ème (parfois 10ème position, mais toujours en première page), mon petit site adoré !

Donc, si je devais tirer des conclusions, je dirais que Platine n'a, hélas, pas beaucoup de places encore à gagner sur cette requête à court terme. Soit aucune soit 2, mais pas plus...

Je dirais aussi que, puisque [Platine](#) est passé devant eBay, Mistergoodeal et autres "je-suis-gros-et-balèse" et que Platine est un site "vieux" de moins de 5 mois (sachant que le facteur "ancienneté" est très important pour Google), c'est quand même un excellent résultat.

Pour l'instant, j'avoue ne pas avoir vendu plus de platines que d'habitude. Mais je ne m'inquiète pas, car d'une, cela ne fait que 2 jours que j'apparais en première page, de deux, c'est le mois d'Août... A chaque fois qu'un mot clés apparaît en première page de Google, les produits en rapport avec ce mot entrent directement dans le top 10 des ventes... alors il n'y a pas de raison que cela soit différent cette fois-ci.

Enfin, j'ai encore pleins de requêtes en deuxième et troisième pages de Google, ce qui laisse présager encore beaucoup de billets comme celui-ci :-).

Pour les mêmes résultats que Platine pour votre e-commerce, demandez-moi un devis par email à: olivier.levy@gmail.com

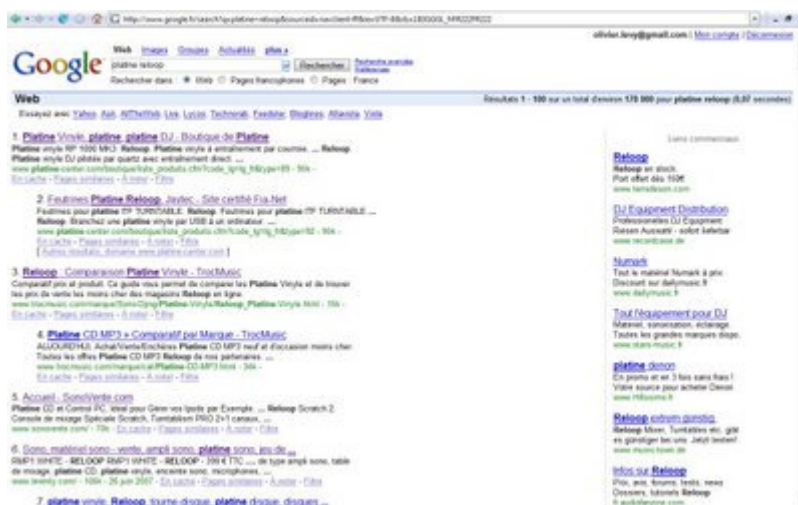
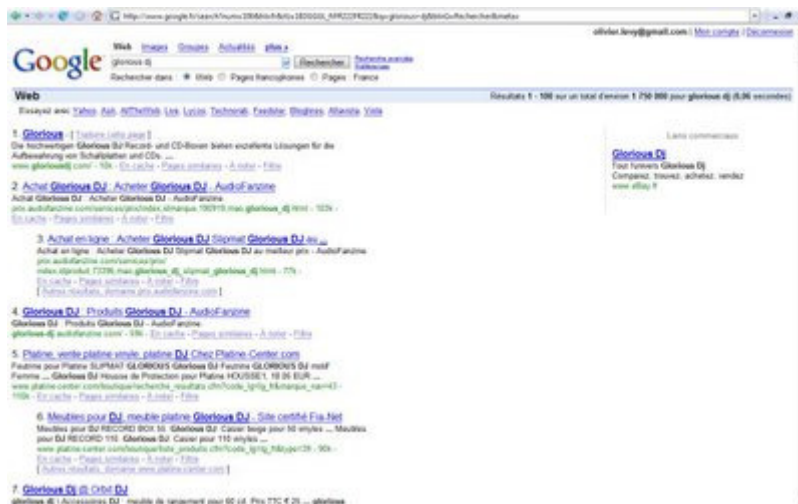
28/06/07

[Platine et Google](#)

Comme je l'indiquais dans ce [post](#) début Mai, l'un des nouveaux objectifs du référencement naturel de [Platine](#) est de se positionner sur ses marques (Reloop, Behringer, Mac Mah, DJ Tech, Glorious DJ, JB Systems...).

Encore beaucoup de travail à faire sur Behringer, Mac Mac, JB System et DJ Tech, mais des résultats commencent à apparaître sur Reloop et Glorious DJ.

Voici les premiers résultats:



Platine est en première page sur "glorious dj" et sur "platine reloop".

Pour "platine reloop", je dois avouer que c'est seulement une semi-victoire, car je visais "platine vinyle reloop", et je reste en 5ème page sur cette requête !!! :-)

Mais c'est quand-même bien, on va pas se plaindre, je suis devant le leader (Sonovente) et Troc Music, un comparateur de prix spécialisé instrument de musique. De plus, cette requête me coûtait entre 4 et 8 euros/mois en Adwords, et que je vais donc pouvoir la retirer de la liste des mots clés.

Il n'empêche, que je sais que je peux avoir au-moins la deuxième page de Google sur "platine vinyle reloop" et je compte bien l'avoir !

Maintenant, direction La Poste pour acheter des liasses pré-payées, car demain c'est le jour des livraisons... (a day I hate !!)

18/06/07

Platine et Google

Un nouveau mot clé pour [Platine](#): "micro pour studio" en première page de Google (pour faire une corrélation avec le monde "physique", c'est un peu comme avoir la tête de gondole chez Carrefour... mais sans avoir à payer les marges arrières !! hé hé !!). Je suis devant eBay mais derrière PriceMinister (qui est premier). Bon ben... on est jamais très à l'aise entre ces 2 monstres de l'e-commerce... alors je vais me faire tout petit... ils me laisseront peut-être tranquille...

"Micro pour Studio" est un de ces mots dont je vous parlais qui est resté longtemps entre la 5ème et 3ème page de Google, mais qui semblait décidé à grimper encore un peu.

Mais il en reste encore d'autres à faire monter... et d'autres à faire maintenir en première page. Keep working.

14/06/07

Lancement de l'agence de Référencement Ecommerce

Le projet était lancé en même temps que mon site e-commerce Platine, avec une priorité pour ce dernier, car fallait bien manger...

Alors bienvenue sur ce blog, le www.blog-ecommerce.com.

Une agence de conseils emarketing spécialisée non seulement dans le e-commerce, mais aussi dans les PME/TPE.

Notre produit Star, c'est le **référencement naturel des sites e-commerce**, mais nous (bon, JE, car pour l'instant je suis seul...) proposons aussi l'achat de liens sponsorisés type Adwords et aussi la création de sites e-commerce. Nous allons aussi aider les créateurs et futurs e-commerçants, en leur fournissant un Business Plan pour leur banque, un audit de leur projet (quelle est la demande ? La concurrence ? le marché dans les autres pays ?...) et les clés pour bien démarrer avec Google.

Nous avons créé une offre simple, claire et efficace, le tout avec des prix le plus bas possible, quitte à demander au client un peu d'huile de coude. C'est de cette façon que je travaille avec les deux clients que j'ai déjà signé et avec les 50 autres avec qui j'ai travaillé par le biais de mon ancien employeur PowerBoutique.

L'idée c'est de fournir aux PME/TPE le savoir et l'efficacité des leaders du e-commerce, mais à leur échelle (aussi bien en terme de prix que d'objectifs).

Il y a très peu d'offres de référencement de site e-commerce pour PME. Soit les agences (style

NetBooster) proposent des offres de référencement non adaptées au e-commerce (par exemple, ils ne touchent jamais à votre base de données produits !!!), soit les prix sont prohibitifs et donc hors de portée d'une PME.

Pour avoir travaillé dans ce genre d'agence, je sais qu'ils n'aiment pas trop les PME-TPE (les "petits comptes" comme ils disent), car c'est chronophage et elles n'ont que très peu d'argent.

Pourtant, les PME sont l'avenir du e-commerce, parce que, comme je le disais dans un précédent post, l'avenir est à l'ultra spécialisation. Il ne sert plus à rien de vendre des lecteurs MP3 ou des machines à laver. Cdiscount et autres Pixmania ont bloqué le marché. Donc il faudra à l'avenir des structures légères et réactives, ce que les grands groupes ne peuvent offrir. Heureusement, il y a une infinité de niches à prendre et je suis certain que l'avenir montrera des milliers de sites e-commerce gérés par une très petite équipe... autant de futurs clients pour moi !

voilà...

Restant à votre disposition si vous voulez un devis.

11/06/07

Platine et Google



Platine est premier sur "boutique pour dj" sur Google.

Je me suis battu comme un âne pour cette requête. Je m'attendais à la première page car il y avait Freescore.com en 8ème position qui était détronable, mais j'aurai jamais espéré la première position.

Du coup, 2ème Ensemble Kit DJ vendu depuis fin la semaine dernière... un produit à 1.066 euros TTC, sur lequel je marge à fond !!!

01/05/07

Platine et Google

Lors d'un précédent post concernant Platine, j'avais annoncé que nous vendions surtout des meubles pour DJ et des feutrines pour table de mixage car le site était bien positionné sur ces requêtes. Ce qui générerait 80 % de mon CA.

Google a (gentillement) décidé que Platine allait vendre aussi pas mal d'émetteurs pour guitare électrique: entre 2ème et 4ème place en réf nat sur les requêtes associées. Je me suis même payé le luxe d'y ajouter des liens sponsorisés, histoire de montrer qui est le chef sur cette requête !! Du coup, Platine y apparaît minimum deux fois, parfois 3, dans la première page ! Celui qui cherche ce genre de produit sur Google et qui ne clique pas sur mon site...

bah bravo !!

La concurrence était féroce, puisque les même produits sont vendus sur eBay, Priceminister, Woodbrass et cnie...

Prochaines requêtes que je vise ? Apparaître dans les premiers résultats sur mes marques.

12/04/07

Un 4 Avril 2007, le référencement est mort : "Vive le référencement !"

Un article publié sur Bizreport le 4 Avril 2007, et relayé par pas mal de blogs dans les jours qui ont suivis, a tué le référencement... du moins, je l'espère.

En gros, cet article relayait le Top 10 des principaux facteurs qu'utilise Google pour positionner un site.

Voici les deux parties les plus importantes:

"Top 10 SEO ranking factors

SEOMoz have just released version two of their Search Engine Ranking Factors Guide. A panel of thirty-six search industry experts contributed to this year's study in which they voted, and commented, on various ranking factors that make up Google's ranking algorithm."

Et ça:

"The top 10 positive factors were as follows:

1. Keyword Use in Title Tag
2. Global Link Popularity of Site
3. Anchor Text of Inbound Link
4. Link Popularity within the Site's Internal Link Structure
5. Age of Site
6. Topical Relevance of Inbound Links to Site
7. Link Popularity of Site in Topical Community
8. Keyword Use in Body Text
9. Global Link Popularity of Linking Site
10. Topical Relationship of Linking Page "

Alors voila: une bonne fois pour toutes, c'est dit ! Point à la ligne ! On n'en parle plus !! Fin de l'histoire ! Stop !!

Oui parce que perso, moi, j'en ai marre des articles de ce genre. J'en ai marre que des articles titrent en gros "Les clefs d'un bon référencement sur Google !", "les 10 points indispensables à votre référencement !" "Top 10 SEO ranking factors by experts !", et autres "Je suis en train d'écrire un super article sur le référencement dans Google !!!".

Ca fait peut-être encore rêver certains webmasters, ou peut-être les gens bien décidés à truster les premières places de Google grâce au super livre sur le référencement qu'ils viennent d'acheter à la Fnac, mais moi ça me gonfle !!

Si à mes clients je leur disais "il faut remplir la balise titre et puis après il faudra aussi créer des liens qui pointent vers votre site et puis aussi n'oubliez pas que "content is king" alors écrivez plus de textes, et les balises alt, c'est vachement important, bla bla bla !!!" ils auraient le sentiment de s'être fait flouer et ils auraient raison.

Parce que ça, tout le monde le sait ! Olivier Andrieu en fait son fond de commerce depuis 10 ans (et une conférence par-ci, une formation par-là, un séminaire à Lyon, qui précède le suivant à Paris avant un autre au salon de "L'entrepreneur-webmaster-ebusiness-de-la-micro-entreprise"...) et les webmasters s'entre-tuent sur les forums 24H/24H à ce sujet.

Alors Stop !! Vous, vous continuez si vous voulez, mais moi j'arrête. Radoter, c'est pas mon truc. Je passe à l'étape suivante. Et faudra pas venir me dire que sur le net « tout change très vite, il faut s'adapter, sinon t'es mort ».

Parce que ceux d'entre vous qui se régalaient encore d'articles de ce genre, et bien sachez que vous êtes déjà morts. Ca fait 10 ans que ces articles déballetent la même chose et que vous vous extasiez devant, comme des moutons. Google est la plus extraordinaire des machines créées depuis le début de l'Internet et elle mérite mieux que sans arrêt les mêmes et encore les mêmes articles depuis des années. Le train Internet n'attend personne... et Google est un TGV.

Alors restez sur le quai. Moi je suis dans le train. Peut-être pas en première classe et peut-être qu'encore une fois je vais me faire gauler par les contrôleurs parce que j'ai pas de billet, mais je suis dans le train. C'est beaucoup plus passionnant et stimulant. Il va vite, loin et je sais pas où. Mais je suis dedans et plutôt crever que d'y descendre.

Voilà. Tout est dit.

Un dernier point quand-même: le même classement effectué l'année dernière ne comprenait pas le paramètre « ancienneté du site ». Alors soit Google ne prend en compte l'ancienneté que depuis cette année, soit les « experts » sont des gros nazes (tiens, ça me rappelle le sous-titre de mon blog...). A vous de voir. De plus, ils ne parlent pas des balises H1, H2, H3, indispensables pour le référencement d'un site e-commerce. Mais c'est vrai, tout le monde s'en fout des e-commerces. C'est bien connu.

Alors pour ceux qui sont restés sur le quai, vous trouverez un peu de lecture [ici](#).

Pour ceux qui sont dans le train, vous me trouverez au bar, en milieu de wagon. Comme d'hab !!

Un 4 Avril 2007, le référencement est mort : "Vive le référencement !"

Rubrique : Mes clients sont des gens heureux !

14/11/07

Mes clients sont des gens heureux !

Mes clients sont des gens heureux !

Skinizi est un site e-commerce qui vous propose de décorer et personnaliser votre iPod. Je l'avais présenté dans un précédent post pour annoncer son lancement.

Lorsque l'équipe de Skinizi m'a contacté pour leur référencement, leur problématique était la suivante : ils étaient les derniers à se lancer sur ce marché (sheepme.com et autres istyles.com existaient depuis plus d'un an) et on ne voyait pas ces entreprises en première page de Google sur des requêtes comme « skin ipod » (ou « ipod skin » pour la version anglaise). Deux explications possibles : soit avoir un bon positionnement sur « ipod skin » est trop compliqué, soit les concurrents n'ont pas optimisé leur référencement naturel (ce qui semblait le plus probable).

Et maintenant, imaginez, 6 mois plus tard: vous avez 15 ans et votre amie vous sort son iPod pour vous faire écouter la dernière chanson de Britney Spears, mais vos yeux ne peuvent se décrocher du superbe iPod hyper hype que vous voyez. Vous n'avez pas osé montré votre intérêt à votre amie et n'avez donc pas demandé où elle avait acheté ces skins. Alors vous rentrez chez vous, et vous vous jetez sur Google et tapez deux mots "skin ipod" et là :



: -)

La vraie question est: pourquoi les sheepme et compagnie, qui s'étaient lancés avant Skinizi sur ce marché, n'ont jamais pensé au référencement naturel, et se faire ainsi piquer la place de leader ? Parce que, honnêtement, ce n'était pas très compliqué...

12/08/07

Mes clients sont des gens heureux !

Mes clients sont des gens heureux !

Nouvelle rubrique pour ce blog : « Mes clients sont des gens heureux ! ». Une rubrique qui, je l'espère, sera de plus en plus fournie.

Voici le premier témoignage client de mon agence de [référencement de site ecommerce](#), Shop-Tout.com, [boutique de vente en ligne d'accessoires pour motos](#).

Merci à Mr Cédric Ruau, gérant, d'avoir pris le temps d'écrire.

Bonjour,

Shop-Tout est une petite SARL qui vend depuis Juin 2005 des accessoires pour moto et motards sur le web (www.shop-tout.com).

Nos ventes étaient stagnantes depuis un an et demi, et nous ne savions quoi faire. J'ai commencé à chercher de l'aide et des conseils sur les forums, dont beaucoup m'ont conseillé d'améliorer mon référencement manuel sur google. Nous avons donc signé avec une "grande et fameuse" agence de référencement dont je tairai le nom, car les 4.000 euros qu'a coûté leur prestation n'ont rien changé.

C'est par le biais de ces forums qu'Olivier m'a contacté pour me proposer ses prestations de référencement manuel. Echaudé par notre mauvaise première expérience, je savais que je n'allais **jamais** signer avec Olivier, surtout qu'il m'avait annoncé un tarif de 400 euros pour les 2 jours de travail nécessaires !! (*note d'Olivier : mes tarifs ont augmenté depuis, à 400 euros/jours... ;-)*)

Pourtant, j'ai fini par signer. Olivier m'a proposé un deal : « Je vous rembourse l'intégralité si je ne double pas vos ventes mensuelles ! ». Difficile de refuser. Par contre, j'ai proposé de lui envoyer le chèque et qu'il ne l'encaisse que le jour où mes ventes auront doublé.

Et bien, 2 mois après, le chèque était en banque !! Le graphique que va vous montrer Olivier est le graphique de notre CA mensuel entre Août 2006 et Juillet 2007. Ce graphique parle de lui-même !

Je dirais qu'Olivier a 3 casquettes : une d'expert en e-commerce, une de grand connaisseur de google et une de e-commerçant.

Ce qu'Olivier arrive à faire est vraiment surprenant. Nous avons vu notre CA multiplié par 5 à une vitesse folle. Les commandes arrivaient comme par magie sur notre back office.

Et ne croyez pas que Olivier nous a fait passer seulement d'un CA de 200 euros à 1.000 euros.... Nous existions depuis presque 2 ans, et avions donc déjà un CA raisonnable.

Olivier est toujours disponible, toujours avec de nouvelles idées et d'une efficacité redoutable pour vous placer sur google. Et pour avoir discuté avec 2 anciens clients d'Olivier, ils disent tous la même chose. De plus, dès que nous ajoutons une nouvelle gamme sur Shop-Tout, le réflexe est de contacter Olivier, « l'enfant terrible du e-commerce » comme nous l'appelons en interne (*note d'Olivier: yeah coool le surnom !*).

Si vous avez un e-commerce, contactez Olivier. Il nous a placé sur google sur des mots clés **très difficiles et très recherchés par les internautes** (plusieurs dizaine de milliers par mois).

En plus, c'est très simple de travailler avec lui :

- 1- Signer le bon de commande
- 2- Envoyer le chèque
- 3- Envoyer votre base de donnée produit au format CSV
- 4- Attendre une semaine qu'il vous renvoie le même fichier avec ses modifications
- 5- Re-intégrer le fichier dans votre back office
- 6- Attendre que google fasse son travail... et préparer une monter en charge ;-)!!

Pour conclure, je dirais que la pire chose qui puisse arriver à votre entreprise, c'est qu'un de vos concurrents signe avec Olivier et pas vous.... !!

D'ailleurs, petit message à nos concurrents : en échange de ce petit témoignage sympathique de ma part, Olivier s'est engagé à ne **jamais** signer avec un de nos concurrents, ce que je considère comme une sécurité pour notre activité. Désolé messieurs ;-) !!

Encore merci à Olivier de la part de l'équipe Shop-Tout.com

A bientôt sur Shop-Tout.com ;-) !

Merci à Mr Ruau !!

Le meilleur marketing c'est le témoignage client, n'est-ce pas ?

Voici le graphique dont Mr Ruau parlait :



J'ai indiqué par une flèche rouge la date de signature

■ CA TTC hors frais de port

Des clients heureux, voilà une des clés du succès.

Je souhaiterais ajouter que TOUS mes clients (à ancienneté du nom de domaine égale, bien sûr, puisque c'est une donnée importante pour Google, et sur laquelle je ne peux avoir d'influence...), que ce soit ceux dont je m'occupais à PowerBoutique ou ceux que je traite maintenant en direct, sont, sur Google, à chaque fois devant leurs concurrents même s'ils ont signés avec les grandes agences de référencement (Netbooster, Brioude Référencement, Takezo et autres Référencement 2000). Quoi demander de plus quand on est un ecommerçant ?

Pour faire une demande de devis pour votre ecommerce, vous pouvez m'envoyer un email : olivier.levy@gmail.com. Je reste à votre à votre dispo.

Rubrique: La Long Tail

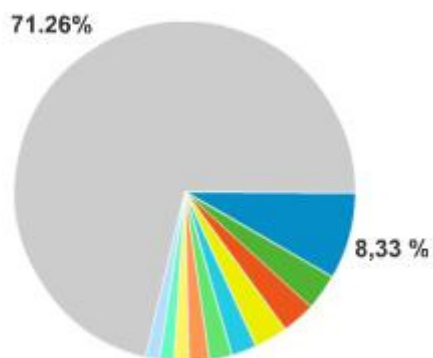
15/02/08

[La Long-Tail et Platine](#)

La Long-Tail et Platine

La Long Tail est la plus importante des notions à maîtriser pour survivre dans l'e-commerce de demain.

Voici la part de la Long Tail sur mon e-commerce de [sono](#) (partie en gris):



70% de mes visites viennent de mot clés dit "Long Tail" (et donc en gros 70% de mon CA).

La preuve que ceux qui ne travaillent uniquement des mot clés concurrentiels passent à côté de beaucoup de business.

09/09/07

Long Tail dans l'industrie musicale

L'industrie musicale est l'industrie la plus en crise face aux bouleversements de l'Internet. Mais c'est aussi l'industrie qui, à mon avis, en profitera le plus dans les 10 ans à venir.

La Long Tail appliquée à cette industrie est très instructive.

Chris Anderson, théoricien le plus célèbre sur la Long Tail, prend souvent cette industrie comme exemple.

Cette industrie est intéressante car elle permet d'aller "jusqu'au bout" de la Long Tail, par son aspect "sans atome". Anderson explique en effet que pour aller jusqu'au bout de la Long Tail, il est nécessaire de virtualiser les produits: les rendre comme une suite de "bits". La fin de la "tyranny of the shelf", comme il le dit. Tant qu'il faudra des espaces pour stocker un produit (ici, un CD), il ne sera pas possible de profiter de toute la Long Tail. Et la musique, avec sa digitalisation numérique, peut se le permettre.

C'est ainsi que Amazon, bien que son créateur, Bezos, soit le visionnaire génial de ce que serait une Long Tail pour le commerce, n'est plus le champion sur ce sujet. Les champions se nomment iTunes, Rhapsody et autres MusicMe: vendre des produits qui ne nécessitent aucun stock: le MP3.



Voici d'autres articles sur la [Long Tail](#). Sachant, que le mieux reste quand même la lecture du livre de Anderson, bien nommé "The Long Tail".

30/08/07

[Le référencement naturel et la Long Tail](#)

S'il y a bien un métier qui demande une exploitation de la Long Tail, c'est bien le métier de référenceur.

Comme le dit Google, un quart des requêtes ne seront JAMAIS renouvelées et resteront uniques à vie.

Là, on se trouve au bout du bout de la Long Tail, et je ne pense pas qu'il soit nécessaire de "travailler" ces mots pour générer du trafic sur un site.

Par contre, cela prouve bien une chose: il y a une énorme quantité de mots "à prendre" entre la tête de la Long Tail et la queue. Et si on en croit la théorie de la Long Tail, c'est donc entre 30% et 50% de votre CA que vous pourrez y générer.



C'est ce que je vois avec mon site Platine: les mots très recherchés comme "platine DJ", "sono portable", "boutique dj", "câbles pour sono" sont certes importants pour mon CA et donc il me faut y rester en première page de Google. Mais sans des mots comme "pack dj vinyle", "casier vinyles" et autres "platines cd pour dj débutant", je serais 2 fois moins riche chaque mois (ou 2 fois plus pauvre, vu le mois d'Août catastrophique que je viens de subir...). Et mois après mois, les mêmes pertes pour votre business. Voire pire, car me concernant ce serait la fin de Platine...

Aussi, je tiens à mettre le doigt sur une erreur trop souvent commise par mes clients ou mes prospects: se dire "mais pourquoi diable les gens tapent ça ?" Ben j'en sais rien... et de toute façon: **IL NE FAUT PAS SE POSER DE QUESTIONS. IL FAUT SE REFERENCER SUR CES REQUETES ET TAKE THE MONEY!**

C'est comme ça, c'est la vie. Comme le dit un diton mexicain "Each head is a world !"

Le travail d'un bon référenceur n'est donc pas seulement de dire "Ok, je suis super bon, dites-moi vos 20 mots principaux et je vous positionne dessus. Pas de souci, signez ici !".

Non. Son boulot c'est aussi de trouver, de chercher et de vous proposer cent, voire mille autres mots-clefs pour votre business, et de vous positionner aussi sur ceux-là.

Si vous voulez un calcul simple pour estimer le nombre de mots clés pour votre business, ce que je fais pour Platine et mes clients, c'est multiplier par 6 ou 10 le nombre de gammes + multiplier par 4 ou 6 le nombre de fiches produits que contient le e-commerce. Ca donne une estimation. Rien de figé. Et cela dépend du secteur. Mais on atteint très vite de grandes quantités.

Le e-commerce c'est ça. Les 80/20 de Pareto sont devenus les 50/50 de Chris Anderson et de sa Long Tail: là où il fallait choyer 20% de ses clients ou 20% de son offre pour rendre solide une entreprise et ses fondations, on est passé à 80 voire 100%. Dure réalité de l'Internet. Et cela va aller en s'aggravant, car les internautes tapent des requêtes de plus en plus longues sur les moteurs de recherche.

Mais là encore, je vois un avantage pour les petites et légères structures: pour des Cdiscount et

des Pixmania, aller "chercher" la vente dans la Long Tail demande beaucoup de ressources en interne, et est, de fait, peu rentable.

02/08/07

Des Vacances très Long Tail !!!

Vacances over !

Des vacances au Pays Basques (côté France + Espagne). Des vacances très "Long Tail":

- . Rencontre avec un vieux musicien de rue qui vend des MP3 !!!
- . Rencontre avec le gérant d'un restaurant d'un petit village, à côté de Sare, qui m'explique comment j'ai fait pour arriver dans ce trou perdu...

Presque du Paolo Cuelo !!

Le musicien de rue était un vieux joueur de TamTam. Aux personnes qui lui donnaient une petite pièce, il tendait un bout de papier, que les gens lisaient avec sourire.

Intrigué, je décide de lui donner moi aussi une pièce pour comprendre ce qui se cache derrière ce bout de papier.

Lorsque je m'approche pour lui donner ma pièce il me remercie et me donne un papier avec une adresse web marquée dessus et me dit "Voilà, vous pourrez télécharger ma musique gratuitement sur Internet !" !!!!!!!!

L'adresse sur le papier est une adresse MySpace.

"Moi: ??? Vous avez un compte MySpace ????????"

Lui: Oui, et à chaque personne qui me donne une pièce, je lui donne la possibilité d'aller télécharger gratuitement ma musique. Le deal est simple: "une pièce contre mon adresse web".

Moi: C'est génial !!....

Lui: Bah c'est tout bête...

Moi: Vous avez combien de téléchargement par jour ?

Lui: Minimum 10, max 50. Quand j'ai fait une grande ville quelques jours avant, j'atteind les 100.

Moi: Les gens donnent combien en moyenne ?

Lui: Disons 1 euro. Comme vous, quoi (il est gentil, car j'avais donné un peu moins... :-))"

Et voilà comment un vieux musicien de rue vend de la musique par Internet et gagne sa vie ainsi. Le plus drôle, c'est qu'il vend sa musique plus cher que iTunes (99 centimes sur iTunes) et surtout, reçoit 100% de la vente, alors qu'avec iTunes, l'artiste reçoit entre 10 et 20%

seulement. Bluffant !!

L'autre histoire est celle du gérant d'un très bon resto dans un petit village du Sud-Ouest de la France, proche de la frontière espagnole.

Voyant des travaux dans le restaurant, je demande au gérant si c'est un agrandissement ou une rénovation.

"Lui (prendre l'accent du Sud-Ouest ;-): Un agrandissement. Depuis un an, on cartonne beaucoup.

Moi (prendre l'accent parisien ;-): Ah, et c'est dû à quoi ? Vous savez ? Vous avez changé de cuisinier ?

Lui: Pas du tout. 30 ans qu'on fait les mêmes plats ! Et le cuisinier, c'est moi.

Moi: Vous avez fait de la pub ?

Lui: Pas besoin. Les principaux guides de voyage nous référencent depuis des années. On a une très bonne réputation. C'est à cause de TomTom !!

Moi:

Lui: Bah oui, les gens nous trouvent par les guides, puis tapent notre adresse sur leur TomTom et ils arrivent ici. C'est un très bon resto mais coincé entre deux montagnes et dans un tout petit village. Avant, soit les gens se perdaient en route, soit ils n'osaient pas venir jusqu'ici de peur de se perdre ou trouvaient cela trop compliqué.

Moi: C'est exactement ce que j'ai fait...

Lui: Bah oui, regardez autour de vous... ils ont tous leur machine TomTom sur leur table. Et d'ailleurs... vous êtes passés par un chemin avec pleins de petits cailloux pour venir, non ?

Moi: Oui.

Lui: Et oui. Nous, ça nous fait bien rigoler dans le village de voir ça. Y'a que les gens avec le TomTom qui prennent ce petit chemin. Nous on le prend jamais, car c'est plus long et ça abîme les roues. Vous devez tous avoir la même carte, ou j'sais pas quoi..."

::-)))

Ha la Long Tail.... on y mange bien, on y écoute de la bonne musique et surtout... c'est bluffant !

11/07/07

[Google et la Long Tail](#)

La société qui, selon moi, "utilise" le plus la puissance de la Long Tail n'est autre que Google.

Un chiffre: le quart des recherches effectuées sur Google sont uniques, et ne seront JAMAIS redemandées !!!!

De plus, Eric Schmidt, le CEO de Google, parle de la Long Tail en ces termes:

"The surprising thing about The Long Tail is just how long the tail is".

Un deuxième chiffre: la moitié des revenus AdSense de Google, provient de sites Internet "inclus" dans cette Long Tail. On retrouve la même proportion chez iTunes avec la vente de musique numérique: entre 30 et 50% des revenus d'iTunes proviennent d'artistes "petits", c'est à dire qui appartiennent à la Long Tail.

Bref, pour le leader du search et le leader de la musique en ligne, notre fameux 80/20 est Has Been !!

27/06/07

[La Long Tail et le Ecommerce](#)

Lorsque j'ai lancé il y a quelques mois ce blog, j'ai cherché un slogan/deuxième titre pour celui-ci. Très vite, j'ai trouvé l'esprit et les idées que voulait faire passer ce blog: l'avenir du ecommerce ne se trouve pas chez les Pixmania et autres Cdiscount, mais chez les petites structures. C'est ainsi que le slogan trouvé pour ce blog est : "Parce que l'avenir du ecommerce appartient aux petits commerçants."

On peut se tromper sur un post, mais se tromper sur le slogan de son blog, c'est plus délicat. Pourtant, je sais que je ne prends aucun risque en affirmant que ce qui s'est passé dans le monde physique avec la grande distribution, n'aura pas lieu sur le web: les petits commerçants ne se feront pas étouffer par les Cdiscount et autres, et deviendront même indispensables.

Pour expliquer cela, il y a l'argument classique, que j'ai déjà cité dans ce blog, qui est "les grands ecommerçants dé-référencent les produits qui ne se vendent pas en grandes quantités,

donc il y a de la place pour les petites structures, qui s'occupent des niches". Argument solide et que toute personne avec un bon sens économique n'accepte. S'il fallait donner un exemple, les nombreuses success stories des vendeurs sur eBay en est un.

Mais la théorie de la Long Tail de Anderson va plus loin. Cette théorie (qui s'applique à tous les secteurs économiques) appliquée au e-commerce, montre bien que l'avenir du e-commerce se trouve dans les petites et légères structures. La courbe dans le rectangle rose que vous voyez dans le graphique suivant reste TOUJOURS supérieure à zéro ! C'est la Long Tail.



Toujours supérieure à zéro impliquent des conséquences inimaginables avant l'arrivée d'Internet dans nos foyers. D'après cette théorie, non seulement une offre trouvera toujours une demande, mais surtout, l'offre crée la demande, puisque cette dernière est illimitée (le fait que la Long Tail ne touche jamais l'axe des zéros). En gros, « lancez un produit, il trouvera des acheteurs », même si c'est une très très petite niche. Le slogan du livre "The Long Tail" sorti en 2005 de Anderson est « How endless choice is creating unlimited demand » ! Un slogan qui confirme ce que disaient déjà Nordstrom et Ridderstrale dans leur livre "Funky Business" en Septembre 2000: "Nous sommes tous condamnés à avoir le choix !" !!!!

Je reparlerai souvent de Chris Anderson dans ce blog, car il fait parti de ces visionnaires qu'il est important de lire et de comprendre. D'ailleurs, je vous recommande vivement son livre « The Long Tail », qui, d'une, expliquera de toutes façons mieux que moi cette théorie, et de deux, explique cette théorie à tous les secteurs, et pas seulement au e-commerce.

« More than 99% of music album in the market is not worth selling in Wal-Mart » ... « and iTunes is making 30% to 50% of its revenue with it »
Chris Anderson, "The Long Tail".

Rubrique: “My Ecommerce Sucks !”

04/12/07

[Edisac dans "My Ecommerce Sucks !"](#)

Edisac dans "My Ecommerce Sucks !"

Un petit nouveau dans le web français qui fait directement son entrée dans "My Ecommerce Sucks !". Bravo ! (pour ceux qui ne connaissent pas la rubrique ["My Ecommerce Sucks !"](#) [cliquez ici](#))

Bon, alors encore un e-commerce de sac à main direz-vous (secteur déjà bien bloqué par Starbagg et Gsell), mais (heureusement !!) celui-ci il a un truc en plus (comme à chaque fois qu'un nouveau site se lance mais qu'il est sur un secteur déjà hyper concurrentiel....).

Son truc en plus, c'est qu'on peut jouer avec. Si si, je vous assure : on peut jouer avec le site ! Et c'est trop bien ! Moi je m'éclate !

Tout le monde connaît la bande dessinée « Où est Charlie ? ». Cette bande dessinée où il faut trouver un petit bonhomme nommé Charlie qui est à chaque fois caché dans le décor (mon petit cousin adore !!!).



Et bien sur Edisac.com on peut y jouer aussi. Troooooop bien. Sauf que là, il ne faut pas

chercher Charlie, mais le mot « sac à main ».

Et oui... Parce que chez Edisac on a pleins d'humour. Ils sont trop drôles, je vous promets. J'ai cherché, cherché et encore cherché et j'ai pas trouvé ! Arrrh.... Incroyable ! J'suis vraiment nul !

Alors j'ai demandé à mon petit cousin (c'est un pro du « Où est Charlie ? »). Et là, pareil. Il n'a pas trouvé. Arh... (bon il a un peu pleuré du coup... mais c'est pas grave... :-).

Alors j'ai demandé à Google [(tapez sur Google « xxx ») **partie réservée aux abonnés Newsletter ou RSS de ce blog**].

Et Google trouve une seule page avec le mot « sac à main » sur tout le site...

Alors me vient une question : est-ce que, selon vous, Edisac mérite d'être dans « My Ecommerce sucks ! » ? Non parce que là, je veux bien être gentil et apporter des critiques constructives, mais qu'on m'explique d'abord une chose : COMMENT PEUT-ON CREER UN SITE ECOMMERCE DE SAC A MAIN SANS UTILISER UNE SEULE FOIS LE MOT « SAC A MAIN » DANS TOUT LE SITE !!!!!!!!!!!!!!! C'est quoi cet « exploit » !! Une blague ? Un « oubli » ??

Non mais c'est vrai quoi ... Ils ont fait comment ?

Je veux dire, créer un site ça prend du temps, de l'énergie, de la réflexion, des échanges en interne, on fait des test sur le site et pleins d'autres choses. Comment est-ce possible qu'à aucun moment personne n'ai dit « Hoops... il manque un truc. Je ne sais pas quoi, mais il manque un truc.... ».

Vous savez-vous ?? Moi non...

Alors bon, Messieurs de Edisac, si vous ne le faites pas pour Google, faites le au moins pour mon petit cousin : rajoutez le mot « sac à main » au moins une seul fois sur votre site. Vous n'aurez peut-être pas la première page de Google, et vous ne vendrez pas autant que Gsell et Starbagg, mais soyons sérieux une minute... Avez-vous regardé votre position sur Google sur la requête « sac à main » ? Si oui, personne ne s'est donc inquiété ? Vous trouvez ça normal ?

C'est dingue ça !!...

[Mixity.fr dans « My Ecommerce Sucks ! »](#)

Voici, (avec 2 jours de retard...., je l'avoue) le post sur Mixity !!

Avant de commencer à lire, allez faire un tour sur [leur site](#) et surfez un petit peu dessus. Vous comprendrez mieux la suite de ce post.

J'étais au fait de la conception de ce site de vente de sous-vêtement (l'année dernière), du fait du petit monde qu'est le e-commerce en France, et dès le départ j'avais été étonné des nombreux choix fait par l'équipe qui s'occupait du projet.

Pourtant, je pensais me tromper (car ça arrive quand même souvent... ;-)), mais surtout parce que j'avais été impressionné par le budget débloqué uniquement pour la création du site...

30.000 euros !!!

Ouhaou !!!!

Moi qui étais en pleine préparation du Business Plan pour Platine et ses petits 3.000 euros de capital (tout compris... même le timbre pour envoyer le chèque au CFE...), j'avoue être resté bloqué sur ce chiffre, 10 fois plus gros que le mien...

Alors bon, quand c'est comme ça, on se dit deux choses : « tais-toi, cette équipe est plus balaise que toi » et « mais comment as-tu pu penser une seconde que 3.000 euros te suffirai ?? Tu vas être ridicule face à ton banquier !! Bah bravo !! ».

Je me souviens avoir été assez déboussolé par cette annonce et pensé abandonner mon projet, mais heureusement, j'ai repris du poil de la bête très vite ;-)) !!!

Et puis, je me suis dit que, **30Keuros** pour vendre des petites culottes, fallait y croire à ce projet. Les marges en valeur absolu sont sûrement très faibles dans ce secteur (5 euros ? 8 euros par article ?) et que le concept n'avait rien de nouveau... Alors pourquoi ce prix astronomique ?

Encore aujourd'hui, je ne comprends pas. Si je devais trouver une explication, ce serait que plus une société a de l'argent, moins elle arrive à bien le gérer, surtout quand ce n'est pas votre argent !! Parce que le problème se trouve plutôt à ce niveau-là. Je m'avance sûrement un peu, mais la personne en charge du projet E-commerce chez Mixity, n'est sûrement pas le big boss qui a monté la société en partant de (sûrement) pas grand-chose, mais plutôt un responsable marketing et/ou un chef de projet de la société (Mixity.fr appartient à la société Finathem, propriétaire de marques bien connues comme Eminence, Athena, etc...).

On leur a sûrement demandé d'évaluer un budget pour le lancement d'un site e-commerce pour la boîte, et ils sont revenus avec un «Après analyse du marché et les nuits entières que nous avons passé à travailler ensemble, nous avons évalué que la Web Agency X était la plus à même de satisfaire nos objectifs. Leur prix est **30.000 euros !** ».

Et voilà, comment on se retrouve avec un projet e-commerce mort avant même d'être né... et une place de choix dans « My Ecommerce Sucks ! ».

Bienvenue dans les entrailles d'un site ecommerce 10 fois plus cher que le mien !

1. Pour commencer on pourrait parler de l'optimisation de leur référencement naturel. Et bien... sur ce point rien à envier à Sarenza. Les mots clés sont presque tous absents du site ! Mais je n'ai même pas envies d'en parler tellement ça m'agace...

Par contre, on peut faire des tests.

Tapez « Soutien-gorge ». Je suis allé jusqu'à la 100ème position sur Google.... Point de Mixity !

Tapez « slip » Idem Point de Mixity avant page 10 (donc position 100) !

Tapez « slip pour homme » position 78 !

Tapez « caleçon homme » position 98 ! (On a eu chaud sur celle-là...)

Tapez « culotte femme ». Point de Mixity avant position 100 !!

« Slip homme » ? Page 6.

« Slip femme » ? Point de Mixity.

« Soutien-gorge femme » ? Point de Mixity.

Etc...

Il y a pourtant une requête sur laquelle Mixity apparaît en première page de Google... « soutien-gorge homme » !!! (concurrence égale à 0, puisque c'est un produit qui n'existe pas...). Bravo les gars... j'adore !

Tout ça pour **30Keuros** !! Imaginez le désastre en interne.

Parce que c'est là, à mon avis, que se trouve le problème : en interne. Et c'est celui-ci que je souhaite mettre à jour par ce post dans « My Ecommerce Sucks ! ».

« La valeur d'une entreprise est dans les hommes qui l'a constitue » (dixit un lecteur de ce blog). Après, les problèmes de référencement, de stratégie ecommerce, d'architecture du site, de solution ecommerce utilisée, etc... ne sont que le résultat d'un enchaînement de mauvaises décisions.

2. Les hommes chez Mixity !

Loin de moi l'envie de juger et de critiquer des hommes et leur travail. L'erreur est humaine. Mais quand on a autant d'argent à investir, il faut garder la tête froide. Et vous allez voir qu'à tous les stades du projet, des erreurs ont été commises. Et trop c'est trop ! Aussi, je ne critique pas du tout la Web Agency qui a fait le projet. Elle a fait ce que le client a demandé, et le client a été livré de ce qu'il a demandé. C'est tout.

Alors voici mes questions à l'équipe de Mixity :

a/ Pourquoi **30K euros** ? Cette somme est astronomique et digne de l'Internet des années

2000. Il existe tellement de solutions 2 à 3 fois moins chers. Pour quoi ce prix ? De plus, il existe les solutions packagées (et là on tombe à 4000 euros max !!), et un des leaders sur votre marché utilise une de ces solutions (BoutiqueBuilder). Pourquoi pas vous ? Pas assez cher ? Trop packagée ? Vous avez quoi de différent maintenant ? Et pourquoi pas du OS Commerce à ce moment-là, si vous n'aimez pas les solutions packagées ? Et ne me dites pas qu'avec vous avez eu d'autres services comme le référencement naturel de votre site... parce que là, je me marre...

b/ Pourquoi **30K euros** ? Vous espériez devenir rentables au bout de combien de temps ? Parce qu'il va falloir en vendre des petites culottes avant de rembourser ne serait-ce que ces **30K euros**. Quid de l'investissement pub, des frais AdWords ? Comment comptiez-vous payer les salaires ? Et payer les frais fixes inhérents à tous projets ? ... et les imprévus ?

c/ Pourquoi **30K euros** ? Vous avez demandé quoi pour ce prix : un site ecommerce ? un site ecommerce+ ref nat ? un site ecommerce + ref nat + budget publicité ? du graphisme ? une expertise ecommerce ? le sourire du commercial ?

Non parce que là, je ne vois rien !!

Pas de référencement naturel, un graphisme « cheap » à en mourir, une expertise ecommerce inexistante (il n'y a même pas de GoogleSitemap, un comble pour un ecommerce), ... y'a rien !!!

Allo les gars !! Vous avez demandé quoi pour tout cet argent ?????????????????????? Y'a rien !!!!

Ah si. Je sais ce qu'ils ont demandé pour ce prix là : le sourire du commercial de l'agence web (et au final, le seul mec vraiment bon dans cette histoire, c'est bien lui...). Et, croyez-moi, il devait être énorme ce sourire...

...

... parce que ce que je n'ai pas voulu dire tout de suite dans ce post, c'est que le vrai prix que Mixity a payé pour son site ecommerce, ce n'est pas **30.000 euros**, comme je le disais... le vrai prix est de **150.000 euros** ! Et oui... Difficile à croire, n'est-ce pas ? **150.000 euros** !!!!

Et relisez ce post en ayant en tête que le prix est 5 fois plus élevé que ce que vous pensiez, et dites moi ce que vous ressentez...

Moi, je sais ce que je ressens.

Moi qui ai fait le tour des banques de ma ville, en vain, pour trouver des fonds pour Platine, moi qui me dis encore « si ce soir je bouffe des pâtes, j'économise 5 euros que je pourrai mettre dans une campagne AdWords » (si si, j'vous jure. Je me dis des trucs comme ça parfois...), moi qui me dis encore qu'avec seulement 1000 euros de plus, je gagnerai 3 mois sur mes prévisions d'investissement, moi qui chaque jour scotche et envoie des cartons jusqu'à me faire mal au dos, cartons que je trouve dans la poubelle à carton de mon fournisseur, ... moi ... ce que je ressens, c'est du dégoût .

Du dégoût pour ces gens qui ont la chance inestimable d'avoir l'argent pour créer quelque chose de grand, mais qui ruinent tout, parce qu'ils ne savent pas ce que c'est que de ne créer à partir de rien !!

Voilà.

« La valeur d'une entreprise est dans les hommes qui l'a constitue » et Mixity.fr ne vaut rien !

Fallait garder la tête froide les gars.

Après les chaussures de [Sarenza](#), les chemises de [Alain Figaret](#), c'était les petites culottes de Mixity (ne manque plus que le pantalon et tout le monde sera habillé pour l'hiver...).

Keep cooling down...

26/04/07

Un membre du jury dans "My ecommerce Sucks !"

Le 4 Avril dernier s'est déroulé les [Trophées Ecommerce](#). C'est une sorte de remise des Césars pour les ecommerçants.

Si si, ça existe. Y'a un jury, des nommés, des remises de trophées, du champagne, pleins de gens qui se font la bise, et tout et tout et tout.

Bon, je sais pas vous, mais moi j'étais pas invité, ni prévenu, pas nommé, pas reçu d'email, rien rien rien... même pas un spam !!!

Alors bon, je suis pas quelqu'un de rancunier, mais quitte à ne pas être invité, autant l'ouvrir.

Alors voilà : un petit « My ecommerce sucks » pour un membre de ce fameux jury. Ca vous tente ? Moi oui !

Non parce que le coup de « je fais l'inspecteur des travaux fini, mais chez moi c'est le bordel », ça va deux secondes !!! ...

On y va!

Olivier : Alors attention. Je déclare la remise du trophée « My ecommerce sucks » ouverte !

Et, le gagnant est..... !!!

Aller, petit indice, la cible ce trouve [ici, 3ème colonne, 2ème ligne en partant de la gauche](#).

J'ai nommé « Patrice Laureau, P-DG de [Inmac WStore](#) » [Applause]

Est-ce que Mr Laureau est dans la salle pour venir retirer son trophée ??... Allo ??... Mr Laureau !!

Ben non. C'est pas grave. On a sûrement oublié de l'inviter.....

Ha si, le voilà qui arrive.

Bravo Mr Laureau. Vous êtes le gagnant de « My ecommerce sucks »

Voici votre trophée.

Patrice Laureau : « Merci beaucoup, Olivier »

Olivier: Je vous en pris... Faites votre discours.

Patrice Laureau : « Alors tout d'abord, merci pour ce trophée. Nous sommes vraiment très fières d'avoir gagné ce trophée « My ecommerce sucks », c'est un honneur.

Alors heu... Pour commencer, je voudrais tout d'abord remercier mon webmaster pour avoir eut le courage de faire un site en Frame. C'est vrai que nous nous battons tous les jours pour garder notre Frame. C'est pas facile, mais nous on y tient et on tiendra jusqu'au bout. Bon, [Google il voit pas très bien notre site du coup](#), mais on s'accroche.

Heu... Je voudrais aussi remercier mes amis de longue date qui m'encouragent tout les jours en me disant que « Oui, Patrice, tes images en Flash elles sont jolies ! ».

On y tient beaucoup à notre Flash, parce qu'on sait jamais. Imaginez que, par malchance, Google arrive à nous indexer malgré notre Frame ! Et ben là, on lui a mit du Flash, comme ça, ça fait une double sécurité !

Je voudrais surtout ne pas oublier dans mes remerciements, notre rédacteur qui travaille si durement pour oublier de son vocabulaire des mots comme « imprimante », « informatique », ou qui trouve toujours la bonne pirouette pour éviter les mots clef. Par exemple, ce coup de génie : la gamme « disque dur externe » s'appelle « Sauvegardez d'un clic ». Bravo pour tant d'imagination !! C'est aussi grâce à toi qu'on a gagné ce trophée !! Et que Google il comprend rien à ce qu'on vend...

Enfin, mes remerciements ultimes pour toute l'équipe. Car c'est avant tout un travail d'équipe. En effet, personne n'est jamais venu me dire « Hey Patrice ! T'as jamais remarqué que ta navigation par onglet ne fonctionnait pas ? Que quand on clique sur un onglet on revient toujours sur la HomePage ?? ».

Oui, merci à tout l'équipe d'avoir rien dit ! Je vous dois tout et vous remercie encore.

Alors ce trophée « My ecommerce sucks » je le porterai fièrement. Fièrement parce qu'avoir un site ecommerce aussi pourri c'est une ambition de toute une vie. C'était ma vie ! Et on y est allé jusqu'au bout. Ne pas avoir de sitemap, ni de balise Alt, c'était pas assez pour nous. On voulait aller plus loin. Beaucoup plus loins. Nous sommes fières de ce trophée et je vous en remercie mille fois! »

[Applause]

Olivier : Oui bravo encore à Patrice Laureau de Inmac Store ! On peut encore l'applaudir !

[Applause]

Patrice Laureau : ... heu... Olivier ! C'est Inmac Wstore.

Olivier : ooops ... pardon !

Patrice Laureau: Bah... c'est pas grave... ça me fait penser que j'ai oublié de remercier mon agence de com ! C'est elle qui nous a trouvé ce nom pourri que personne ne retient ...

Olivier: T'inquiète Patrice, j'suis sûr qu'elle t'en voudra pas. Aller, fait bi-biz !!

02/04/07

[Alain-Figaret dans "My Ecommerce Sucks !"](#)

« Bonjour Mr Figaret et bienvenue dans « My ecommerce sucks ! ». Entrez et installez-vous confortablement. Ici c'est comme dans vos boutiques : on prend soin de nos hôtes. »

Pour ceux qui ne connaissent Alain Figaret, c'est une marque historique qui habille la haute société depuis des décennies. Plusieurs points de ventes dans les plus beaux quartiers de Paris et des capitales du monde. Une bien belle entreprise dont la France peut être fière et qui est souvent synonyme du « bon goût français » à l'étranger.

Le problème, c'est que... sur leur site web, ... ben, ils se sont bien plantés.

Pour être totalement transparent, j'avais rencontré l'équipe web lorsque j'étais salarié dans une agence de référencement. Ils souhaitaient « le meilleurs du meilleurs » pour le lancement de leur site, et après leur avoir fait une bonne dizaine de propal, ils n'ont jamais signé («Olivier merci, mais nous allons plutôt faire des bannières à la place»). N'y voyez là aucune rancœur, même s'il est vrai que le coup des bannières je l'ai eu un peu en travers...

Je suivais leur site depuis ce jour-là et étais dépité mois après mois quand je voyais ce qu'ils étaient en train de faire. Maintenant c'est décidé : ils méritent leur place dans cette rubrique.

Voilà pour les présentations. Et si vous ne connaissiez pas cette marque ni son métier, n'ayez pas honte, car Google n'en sait rien non plus... !!

Commençons par les faits :

Tapez sur Google :

boutons de manchettes --> page 18

bouton de manchette --> page 8

chemise luxe --> non indexé

chemises luxe --> non indexé

spécialiste de la chemise --> page 3 (bravo !!)

spécialiste français de la chemise --> non indexé

chemise haut de gamme --> non indexé

cravates haut de gamme --> non indexé

site:<http://www.alain-figaret.com> --> seulement 30 pages, dont aucune page produit. Et le résultat est pire avec Yahoo-Site

Bon, bref... quand on sait que Alain Figaret existe depuis 1968 (j'étais même pas né !!!!) et qu'ils sont connus mondialement pour leurs chemises haut de gamme on se dit qu'on s'est gourré quelque part.

Mais où ?

Voyons voir.

Mais d'abord, Alain, c'est pas tout, mais on enlève ses boutons de manchettes et on retrousse ses manches. Y'a du taff !!

1. Allez sur www.alain-figaret.fr. (allez-y vraiment, c'est mieux pour comprendre). Que voyez-vous ? Choisir son pays ! Ha bon... parce que .fr c'est pas déjà choisir son pays ?? Ok, amusons-nous. Je choisis « Allemagne »... j'arrive sur le site en français !!! oooops.

L'explication ? Je la connais. A l'époque où je traitais avec l'équipe web, il y avait carrément un formulaire complet (nom, prénom, adresse, téléphone...) à remplir avant de rentrer dans le site !! Un truc de dingue. Uniquement parce qu'ils avaient décidé qu'il serait bien de connaître l'identité des visiteurs du site.

Oulalaaaa ... Ca cogite dur chez les Figaret. Moi qui avais peur de vous recevoir avec ma chemise sans bouton de manchette, me voilà rassuré...

Well... comment expliquer à ces charmants gens que c'est la plus grande « e-bêtise » que j'avais jamais entendu ? J'attend qu'ils signent pour le leur dire ?... hum... ok. Bonne idée !!!!

Donc, les voilà dans leur statistique avec un visiteur venu d'Allemagne de plus... (« Allemagne » est le premier choix possible dans la liste. J'imagine déjà en interne chez Figaret : « la demande allemande explose !! Vite il faut y ouvrir des magasins de toute urgence !! »). Donc, pas top comme HomePage... dirons-nous.

Et la suite ?

2. Voyons voir, ils donnent quoi à manger à Google ?

a. Pas de texte. Rien. Nada.

b. Pas de balise Alt. Rien. Nada.

c. Ha si pardon.. y'a un peu de texte. Sauf que pour faire plus joli, il est intégré à l'image JPG... donc illisible pour Google. Donc, c'est ce que je disais : Rien. Nada.

d. Pas de balise Description. Pour info, autant je ne rempli plus les balises « Keywords », autant la balise Description est importante. En effet, sans vous aider dans votre positionnement, cette balise vous aidera dans votre indexation, car Google se sert de cette balise pour repérer les pages trop similaires de votre site. En gros, si vous prenez deux pages avec un contenu différent mais avec une balise Description identique, seulement une seule apparaîtra dans votre « site:» (Olivier Andrieu si tu lis ce blog... ben... met toi à jour).

3. Bon, mais on se dit qu'ils ont travaillé le Linking... bah non... 11 malheureux sites parlent de Alain-Figaret.fr (et en plus avec des ancors text mauvais).

4. Ok, alors je me suis amusé avec le cache de Google. Et là, comme par hasard... toutes les pages produits ont le même cache : la fameuse Home Page avec le menu déroulant du choix de pays !! Ceci peut paraître anodin, mais ça ne l'est pas. Ceci nous amène bien plus loin que tout ce que nous avons vu jusqu'ici. En effet, pour Google, ce n'est pas seulement les boutons de manchettes Alain-Figaret qui n'existent pas, ce n'est pas seulement les chemises haut de gamme Alain-Figaret qui n'existent pas, ce n'est pas seulement les cravattes Alain-Figaret qui n'existent pas... La réalité, c'est que, pour Google, c'est tout le site ecommerce Alain-Figaret.fr en tant que tel qui n'existe pas !

Alors à cette formidable équipe web chez Alain-Figaret je n'ai qu'une chose à leur dire : si je me suis cassé la tête à vous faire 10 propal différentes, si je me suis cassé la tête même le week-end pour arriver le Lundi avec le « meilleurs du meilleurs pour le lancement » de votre site, ce n'était pas pour vos boutons de manchettes ni même vos chemises haut de gamme que je l'ai fait. Je l'ai fait parce que le projet j'y croyais et que je voyais que vous alliez droit dans le mur.

Alors je vous souhaite vraiment bonne chance, parce que vous allez en avoir besoin, et je vous laisse avec... [ça](#) !

Mise à Jour: suite aux remarques de Juki

1/ Alain-Figaret sort 6ème sur "Chemise" sur GG. C'est comme vendre des Porsche et sortir sur "voiture" et être inexistant sur "voiture de luxe", mais bon. Ca reste quand-même une prouesse, vu la techno du site.

2/ Pour le "site:", moi quand je veux savoir comment un site est référencé sur Google, c'est pas malin d'utiliser l'indexation d'un autre moteur de recherche (Yahoo ou autre...). Mais bon chacun fait ce qu'il veut... (t'énerve pas Juki. Je dis cela uniquement pour être de mauvaise fois).

3/ Par contre, je maintiens tout ce que j'ai dit: *"La réalité, c'est que, pour Google, c'est tout le site ecommerce Alain-Figaret.fr en tant que tel qui n'existe pas !"*

Les seules pages du site référencées sont la homepage et les pages informatives sur Figaret. Rien sur le e-commerce et la base de donnée. C'est comme si les pages référencées de votre e-commerce étaient "qui sommes-nous" et "conditions générales de vente".

Merci Juki pour l'intervention.

21/03/07

[Sarenza dans "My e-commerce sucks"](#)

Bon, avec tous les problèmes que subit Sarenza en ce moment, notamment son ex-président Francis Lelong (viré comme un mal propre!!), vous allez dire que c'est pas sympas de tirer sur l'ambulance... ok, j'avoue. Changeons le titre alors: "Francis Lelong sucks !" C'est mieux comme ça ?...!!!

Oui parce que je sais pas ce qu'il a dans le crâne ce Francis, mais il n'a pas ce qu'il faut.

Je m'explique: le 19/12/05 Sarenza lève 2M€ auprès de Galileo et 4 M€ le 28/8/06 auprès de Galileo et SGAM. Bref un max de pognon.

Et moins d'un an après on entend dire : « Chez Sarenza, nous n'avons pas assez travaillé notre référencement naturel sur Google ».

Well, heu... vous voulez plutôt dire : « Chez Sarenza, nous avons délibérément évité de travailler notre référencement naturel sur Google !! »

Parce que là, faut le faire exprès.

Entrons dans les méandres d'un site à 6 M€, dont 0 euros pour le réf :

Commençons par la HomePage :

1. Pas d'anchor dans le logo
2. Pour les balises Alt, faudra repasser. Tout le monde crie sur les toits que Google valorise les balises Alt depuis qu'il met le forcing sur son Google Image, mais chez Sarenza on entend rien ! Tanpi !
3. On sait que les Meta Keywords ne servent plus à rien, mais le fait d'y trouver le mot « femme » rattaché à aucune requête montre que le référenceur du site devait être au mieux le stagiaire de la boîte au pire le Président lui-même ...
4. La requête « chaussure » n'apparaît que 4 fois sur cette page. Très insuffisant quand on se positionne comme le spécialiste des chaussures en ligne. De plus, vous verrez que dans le reste du site, c'est pire !!
5. Pourquoi nommer le rayon Chaussure Homme (qui est quand même une balise H1 !!), « Homme » ?? Google ne peut pas comprendre de quoi il s'agit. Résultat ? Ne tapez pas «

chaussures hommes » sur Google : Sarenza est aux abonnés absents.

6. Même remarque pour le rayon Chaussure Femme. Je n'ai pas essayé, mais je suis sûr que c'est catastrophique aussi.

7. « Chaussure enfant » ? ... PAREIL !!! Les balises H1, ce n'est pas fait pour les chiens Francis !!

8. La balise Title n'est pas mauvaise. Mais aurait pu être beaucoup mieux. Par exemple, je n'aime pas trop le « (homme, femme, enfant) » entre parenthèse comme ça. Mais bon...

Allons maintenant sur une page gamme (par exemple Accueil > Homme > A boucles)

1. Le mot « Chaussure » apparaît 0 fois. On ne risque pas la redondance chez Sarenza...

2. Si au moins Google pouvait comprendre ce que représentent les images... Mais non, toujours pas de balise Alt chez Sarenza.

3. Mr Google : si vous cherchez une balise H2 sur ce site, laissez tomber, il n'y en a pas.

Allons, pour finir, sur le plan du site :

1. J'ai dit plan du site.. et non pas le sitemap.xml ... Car il n'y en n'a pas de sitemap. Ca devait être trop cher à faire et ils n'avaient pas assez avec 8 M€ ...

2. Un e-commerce sans sitemap ça existe encore ??? damn !! Francis ! Change pas, t'es le meilleur !!

3. Quand on arrive sur le plan du site, donc, ce qu'on remarque tout de suite c'est l'absence du mot « chaussure ». Et là on dit bravo ! Faire le plan d'un site qui ne vend QUE de la chaussure sans utiliser le mot « chaussure » une seule fois, il faut être très très fort. Google appréciera.

Bon voilà. J'arrête là parce que je deviens arrogant. Mais quand je vois que je galère à faire signer mes prospects 3.000 euros pour un référencement aux petits oignons et le tout avec des résultats en première page de Google, et que je vois ce que des gens avec 6 M€ ne glandent rien, ça m'agace. Avec 1 millième de cette somme, n'importe quel référenceur (et pas uniquement moi, bien sûr) un peu spécialisé en base de donnée Ecommerce placerait Sarenza au top sur Google.

Je suis désolé Francis. Mais il est temps, effectivement, que tu prennes la porte.

Update le 23/07/07:

Francis Lelong a souhaité réagir par le biais des commentaires sur ce post.

J'intègre sa réponse directement ici, car tout le monde ne lit pas les commentaires.

Francis Lelong:

Cher Olivier,

ravi de faire ta connaissance. j'aurai préféré que l'on se connaisse dans d'autres circonstances, on aurait sans doute échangé sur de nombreux sujets. Tu peux d'ailleurs venir débattre sur tous ces sujets e-commerce ou autre sur mon blog quand tu veux, je ne suis pas rancunier ! ;-)

Comme tu le dis dans ton descriptif, tu es très passionné, et je vois que cette passion te

conduit à prendre position en ce qui me concerne sans savoir de quoi tu parles, et c'est bien dommage. Comment peux-tu imaginer un seul instant que j'ai pu ne pas être vigilant sur le sujet du référencement ?

A bientôt donc pour parler référencement avec toi !

22 juillet 2007

Note d'Olivier:

A l'époque, Blog-Ecommerce.com était content quand il y avait plus de 10 connexions/jours ;-)... Si je devais ré-écrire ce post maintenant, je ferais plus attention à la forme.

Merci à Francis pour son intérêt, et voici son blog: <http://francislelong.blogs.com>

12/03/07

Améliorer son ecommerce

Las de voir tant de sites ecommerce briller par leur inefficacité, j'ai décidé de créer une rubrique intitulée "My Ecommerce sucks !"

But du jeu: dès qu'un site ecommerce mal pensé est repéré, il est audité, pour ne pas dire critiqué.

Attention: aucune critique sur l'aspect esthétique du site ("les goûts et les couleurs, bla bla bla...")

Gagnant du jour ?

Cuisine-emoi.com

- . Le Nom de Domaine choisi est mauvais pour le référencement sur Google.
- . Les balises titres sont mal renseignées.
- . Aucune balise ALT sur les photos.
- . Les marques n'apparaissent pas dans les Titles.
- . Beaucoup d'erreurs éditoriales. Une exemple parmi tant d'autres: le mot "micro-onde" utilisé n'est pas le bon. Pour le référencement naturel, le mot/requête "four micro-onde Siemens" est plus efficace.
- . Trop de technologie Flash et pas assez de HTML pur.

etc... Si vous avez d'autres remarques n'hésitez pas.

En tout cas, ce qui est certain c'est qu'il n'est pas besoins d'être le PDG de cette boite pour deviner que ce site ne vend pas et ne vendra jamais. Ou alors j'ai rien compris au ecommerce !!!

Prochain gagnant ?? SARENZA.COM !!

Rubrique : Idées sites Ecommerce à lancer

07/10/07

[Idée Site Ecommerce: Matériel astronomie](#)

Trouver encore des idées de sites e-business à lancer de nos jours n'est pas chose facile. Pourtant, il existe encore des tonnes d'idées à lancer. Croyez-moi. Et ce blog compte bien continuer à le prouver en étoffant chaque semaine sa section "[Idée site ecommerce](#)".

Une de mes façons préférées de trouver des idées, est de penser à un produit, évaluer la demande, puis, si cette demande semble révéler un marché conséquent, évaluer l'agressivité en référencement naturel des sites ecommerces du secteur pour anticiper les places à prendre. Parce que c'est simple: si vous êtes en première page de Google pour vos mots clés, à vous les \$\$\$\$. Peu importe votre graphisme, peu importe votre popularité et votre crédibilité sur ce secteur, peu importe vos prix, et peu importe la taille de votre logo ou sa couleur: votre business fera du cash ! It's as simple !

L'idée ecommerce à lancer absolument au plus vite est une boutique de matériel d'astronomie (lunette astronomique, jumelle Magellan et autres zoom pour télescopes). La demande est très grande en France, et les acteurs actuels sur ce marché sont faciles à devancer sur Google. En plus, le nom de domaine [???.fr (information réservée aux abonnés Newsletter ou RSS de ce blog)] est libre ! (je conseille actuellement 1and1.fr pour commander vos NDD). Même si, de mon côté, je vais bien sûr contacter ces ecommerces pour leur proposer mes prestas de référencement, je reste aussi dispo pour effectuer un devis à ceux qui veulent se lancer.

Comme d'hab', je vous conseille [Powerboutique](#) pour votre ecommerce et ce [système-là](#) pour encaisser le cash au début.

Bonne chance aux audacieux !

PS: Bravo à Jérôme, lecteur de ce blog, qui a acheté le nom de domaine mobilier-fer-forge.fr le 14/9/2007, après avoir lu l'idée ecommerce concernant le fer forgé ([lire ici](#))

Jérôme, je te souhaite bonne chance. Tu tiens un très bon fillon.

10/09/07

[Idée Sites Ecommerce: Vente de mobiliers en fer forgé](#)

Début Mars, j'avais présenté [une idée de site ecommerce de meubles de créateurs](#) car je trouvais que les sociétés dans ce secteur étaient peu agressives sur Internet, et qu'il était donc facile de prendre des places et faire son trou (et pourquoi pas devenir leader).

Cette idée ecommerce a les mêmes ambitions: rien de révolutionnaire, mais un succès garanti, tellement les entreprises sur ce secteur ne profitent pas de la demande énorme venant des internautes.

L'idée est de vendre du mobilier en fer forgé sur le Net. La demande est énorme sur le Net, des e-business existent déjà, mais la place de leader reste à prendre.



(image from villamelodie.fr)

Aussi, le nom de domaine "mobilier-fer-forge.fr" est libre !!

Le fait qu'un nom de domaine d'une telle évidence soit encore libre, montre bien qu'aucun leader ne s'est démarqué dans ce marché: aucune entreprise Internet agressive sur son secteur aurait commis une telle erreur.

Et les exemples d'erreurs sur ce marché sont nombreux, avec, bien sûr, le référencement naturel, mon domaine de prédilection, faiblard pour la presque totalité des intervenants sur ce secteur.

Bref, une demande énorme, un marché hyper niche, des concurrents mal organisés...

Y'a plus qu'à y aller et à se servir !! Et bien sûr, si un jour vous avez besoin d'un référenceur, je serais ravi de vous faire un devis ;-) !!

Bonne chance aux audacieux !

31/08/07

[Idée Site Ecommerce: Gagner de l'argent avec MySpace](#)



Whateverlife: un CA de 1 Million \$, 7 Millions de visiteurs uniques par mois et 60 Millions de pages vues, de quoi faire rougir LeFigaro.fr et Techcrunch.com (4 millions de pages vues/mois) !

Whateverlife.com est une bien belle entreprise du web...

...

Gérée par une petite de fille de 17 ans...

Elle s'appelle Ashley, 17 ans, vit à Détroit, USA, et a lancé une idée qui lui rapporte 70K\$/mois, en s'adressant à une hyper niche : les filles sur MySpace.com et en répondant à leurs besoins.

Des sites à fort trafic comme Techcrunch.com vendent 10K\$ une pub sous forme de petit carré sur leur site.



Je ne connais pas le prix de vente de Ashley d'une telle pub, mais avec 15 fois plus de pages vues, et considérant que Ashley propose du CPM par Casale Media et Value Click + AdSense (60% de son revenu total)+ Nabbr (un système qui permet de rémunérer un site plus il diffuse leurs vidéos), je suis prêt à parier qu' Ashley connaît bien sa valeur ajoutée...

Mais que propose Watervlife.com pour générer autant de trafic ?

Un tour sur le site ne suffit généralement pas à comprendre le business-model. Pourtant, ce business est d'une efficacité redoutable !

Explications !

1/ MySpace ! Il faut penser MySpace pour comprendre. Et penser MySpace, c'est pas facile... MySpace est cet énorme réseau social, où les Teens se présentent, échangent, se rencontrent, se découvrent... où les artistes (souvent des groupes de musique, mais pas uniquement) présentent leurs œuvres et dates de représentations.

Aux US, ne pas avoir de MySpace quand vous êtes ado, c'est comme ne pas avoir d'adresse email quand vous êtes business man : bonne chance pour vous faire des amis !

Donc, vous avez forcément un MySpace...

Le problème, maintenant que vous avez votre MySpace, vous vous rendez-compte que... tout le monde a le même que vous ! Pas grave... jusqu'au jour où... votre meilleure amie de classe vous montre son super MySpace hyper customisé, avec ses propres couleurs, menus et design ! Catastrophe !

Et là, bonne chance pour garder votre côte de popularité intacte au sein de l'école...

L'esprit MySpace commence petit à petit à s'emparez de vous...

2/ Mais l'esprit MySpace n'est pas encore totalement là...

Il vous faut vous exprimer, et le faire savoir à tout le monde : « oui je suis grand et j'ai mon propre avis sur le monde ! Puisque de toute façon, il tourne autour de moi ».

Ca sert à quoi d'être ado sinon ?

Et là, fini le « Vive la paix dans le monde » et « I Just Wanna Party ! » marqués sur votre T-Shirt ! **Tout se marque sur votre MySpace maintenant !!**

3/ L'esprit MySpace est bientôt en vous, et votre page commence déjà à ressembler à votre jean's déchiré au niveau du genou : unique et cool.

Mais je sens qu'il vous manque encore un peu de « sauce » MySpace pour en comprendre tous les tenants et aboutissants...

Quelle est le mot le plus utilisé sur MySpace ?

"Hello" ?

"Thank you" ?

"Regards" ?

"You'r welcome" ?

Non non non !!!!

Aucun de ceux-là !

Si vous aviez l'esprit MySpace, vous le sauriez...

C'est « **Thx 4 the add** »...

Etrange non ?

Et quoi si vous pouviez le dire avec un style, là encore, original ?



Ca en jette non?

Avec tout ça, succès assuré à la prochaine récréée !

« Hey mais, où tu as eu tout ça ? Il est trop cool ton MySpace ! »

« Sur www.whateverlife.com ! »

Et voilà !! Effet viral garanti pour ce genre de business!

Toutes les filles US sur MySpace le savent : tu veux un look girly et original pour ton MySpace ? Va sur Whateverlife !!

Parce que c'est ce que propose ce site : des layouts, des photos-slogan et smiley spécialement pour le monde **et** la techno de MySpace, en visant la niche des filles. Et tout cela, gratuit !!

Ashley emploie même une équipe de designers pour sans arrêt créer de nouvelles images, décors et slogans !!! Parce que si Ashley avait compris qu'avoir une page MySpace non customisée « ça craint », ce qu'elle a compris aussi, c'est qu'avoir une page MySpace customisée mais non renouvelée régulièrement, « ça craint aussi » !!!

Et voilà, comment générer 7 Millions de visites uniques par mois et avoir même le luxe de refuser une offre de rachat à plusieurs millions de \$.

Pour ceux qui sont sceptiques sur le potentiel d'un tel business en France, je leur dirais d'aller faire un tour [ici](#) !!

Ce que vous voyez, c'est compteur [SkyBlog](#) ! Il indique le nombre de blogs que les ados (surtout francophones) créent chaque seconde sur cette plateforme ! Une vitesse à peine croyable ! Celui qui arrivera à créer le même service pour SkyBlog, et autres réseaux pour ados, que Ashley a fait aux US... à lui les \$\$\$.

Pas la peine d'une grande équipe. Un ou deux programmeurs (les produits que propose Ashley sont de plus en plus évolués et complexes, comme par exemple la possibilité de rajouter des typos originales pour écrire), un designer et un marketeur, et le tour est joué.

Bonne chance !

Prochaine Idée Ecommerce, vers le 9 Septembre.

Si vous aimez ces idées de business, n'hésitez pas à vous inscrire à la newsletter de ce blog ou au flux RSS.

Update: et soit-dit en passant, je partage l'avis de [Ludo](#) quand il dit: "La génération Skyblog arrive, et quand elle sera aux manettes de la France, on va se sentir tout vieux..."

22/08/07

[Idée Site Ecommerce: la place de marché pour manufacteurs](#)

Un site qui vient des US, sur lequel plus de 2 Milliards de \$ ont été échangé l'année dernière: MFG.com.

Le concept est simple: c'est le eBay pour les manufactures et le secteur de l'industrie en général.

Créateur: Mitch Free.

L'idée est de centraliser et proposer à ce secteur d'exposer leurs offres et demandes, comme le fait eBay pour les produits de grande consommation.

On y trouve alors des demandes de prototypes, des offres de vis de 2m de diamètre, de demandes de tôle en fer en forme de rectangle de telle dimension, etc...

Des produits invendables sur eBay tellement ils sont spécifiques et demandent souvent des devis ou des cahiers des charges.

Sur MFG.com tout est prévu pour faciliter la vie des industriels: moteur de recherche différent pour chaque catégorie, possibilité de demander des devis, des catégories inédites sur eBay, protection des brevets, usinage customisé ou standard, etc...

Du haut de gamme pour des gens qui recherchent plus la qualité que le prix.

Le prix d'ailleurs ?

Les annonceurs payent une moyenne de 6.000\$ l'année et les acheteurs 0.

6.000\$ rien que pour s'inscrire vous trouvez cela énorme ? Quand on veut vendre des lecteurs mp3, oui.... mais quand on veut vendre des pièce dont l'usinage peut coûter 100 fois, voire 1000 fois, ce prix, non !

Le site envisage 25 Millions de \$ de CA cette année.

Le marché français n'aura pas le choix que d'avoir sa propre place de marché, car les termes sont différents de l'anglais et les normes aussi.

Qui se lance ?

27/05/07

[Idée site Ecommerce: Restaurant.com](http://Restaurant.com)



Il y a un concept qui cartonne aux USA: Restaurant.com.

Ce site vend des certificats qui permettent de bénéficier de réductions dans les restaurants partenaires, réductions utilisables uniquement le soir même.

Voici le fonctionnement:

- 1/ Vous passez commande (en général 10\$) d'un bon de réduction dans la liste des restaurants près de chez vous. Bon de réduction d'une valeur de 25\$.
- 2/ Vous recevez par email ce bon, que vous devez d'imprimer.
- 3/ Restaurant.com ET le restaurant en question reçoivent un email les informant de votre venue.
- 4/ Présentez le bon de réduction au restaurateur dès votre arrivé.

Voilà !

Ces offres sont proposées en général en semaine, notamment les jours creux pour les restaurateurs.

Avantages pour les restaurants: ils ont la possibilité de "remplir" un peu plus en semaine ou pendant les jours à faible fréquentation. Plus de la pub online.

Pour les clients de Restaurant.com, en plus de la réduction, c'est l'assurance de dîner dans un

restaurant de qualité (il faut respecter certains critères gastronomiques pour y être référencé).

Pour Restaurant.com, c'est un business qui ne demande pas de gestion de stock, ni de SAV, des clients qui prendront le réflexe de vous consulter avant de sortir dîner et surtout du buzz online ET offline !

Pour ceux qui ne croient pas au concept... sachez que Restaurant.com vend aussi via.....
[EBAY](#) !!!

et qu'ils vont bientôt dépasser les 130.000 évaluations !!!!!

Bonne chance !

13/05/07

[Idée site Ecommerce: Portail de produits écologiques](#)



Un filtre à eau sans le plomb pour filtrer votre eau ?

Des couches pour votre bébé, mais faites en matériaux qui respectent l'environnement ?

Une lessive pour votre machine à laver le linge, mais sans produits toxiques ?

Du papier recyclé pour les imprimantes de votre société ?

Un désherbant pour votre jardin, qui ne va pas désherber tout votre jardin... et celui du voisin ?

Bref... vous êtes de ceux, de plus en plus nombreux, qui sont prêts à consommer (beaucoup) mais en préservant notre planète ?

Le problème c'est que vous ne savez pas où acheter, et puis vous n'avez pas le temps de chercher, alors la planète attendra.

Les australiens ont trouvé une solution. Et cette solution c'est Todae.com.au. Ce site propose TOUS ce que vous pouvez acheter sur le net, mais version écolo. Comme ça, plus besoins de chercher et en plus vous pouvez acheter les couches de votre bébé et le matériel pour votre bureau sur le même site !!

Todae cartonne au et voici les raisons invoquées par le CEO:

- . Concept original ("First-mover Advantage", buzz, pas de concurrence, articles presse...),
- . Réponse à une nouvelle façon de consommer,
- . Fidélité des clients très très forte,
- . Cible C++,
- . Pas de cassage des prix, donc bonnes marges,
- . Produits de bonne qualité donc faible SAV et grande satisfaction client.

Bref, ça sent le bon projet ecommerce pleins d'avenir.

Si quelqu'un souhaite se lancer en France, je filerai un peu d'huile de coude !

18/04/07

[Idée site Ecommerce: Montres Xeramo](#)



Il existe aux US un ebayeur pas malheureux du tout, qui génère "millions of dollars" comme ils disent, "per month", comme ils disent généralement après.

Il vend des montres de marques, a trouvé une vache à lait du nom de [Xeramo](#) et a fait un bon coup avec la PS3 en étant le seul à avoir pris une photo de son (énorme) stock (pour prouver que les acheteurs seraient livrés à temps).

Mais à part ce "coup" avec la PS3, son petit (énorme) business, c'est les montres.

Son nom? [Pokemonyu](#) (ne rigolez pas, "he's making millions of dollars...!")

Ses prix sont tellement bas, que des français achètent chez lui malgré des frais de ports assez

conséquents.

Et franchement, pour ce qui est de la France, la concurrence sur Google n'est pas des plus violentes: à part Tictactime, y'a rien de bien méchant...

07/04/07

Idée business: Le soda Reed's



Chris Reed est le fondateur de [Reed's Inc.](#), une société basée à Los Angeles. Le business de cette société est une gamme de sodas naturels à base de Gingembre. Sa compagnie produit 500.000 kilos de gingembre par an, assez pour laisser libre cours à son imagination: en plus des sodas, Reed's Inc. produit des glaces, des bières et du sucre de table. Le tout avec des parfums sans limite: pomme, cerise, fruit rouge, banane et... cola ! Oui parce que Reed il est pas idiot, lui. Ses concurrents, il les a bien ciblé et ce sont de petites sociétés que seuls les initiés parmi vous connaîtront: Coca Cola et Pepsi Co !!

Reed se place donc sur le marché des soda aux carbonnates (28 Milliards de \$\$ en 2006 aux US, quand-même...) mais avec un discours pour niche: "Mes sodas, eux, sont bons pour la santé !!" Le marché des sodas naturels fut en progression de 36.5% en 2006.

Ha, oui... tout ça pour dire qu'il cherche des distributeurs en Europe.

01/04/07

Idées site ecommerce: après la location sac, les bijoux !!!

Michael Smith, le DG de "Bag Borrow or Steal.com" le dit lui-même: le luxe c'est l'avenir ! Et ça va peut-être aussi être le votre.

On connaît le site [sacdeluxe.fr](#). C'était l'idée à lancer en France en 2007, puisqu'en 2006 on parlait déjà d'un super site américain du nom de [bagborroworsteal.com](#).

L'idée était la suivante: créer un service de location de sacs à main haute-couture.

Même s'il est trop tôt pour dire si cela fonctionnera en France (et la concurrence arrive déjà: sacdunjour.com), on sait que ça cartonne aux US.

Alors nos amis outre-atlantique ont décidés d'aller plus loins: la location de bijoux et de montres de luxe. Ces services, toujours en beta test, ciblent une clientèle assez riche, puisqu'il y aurait une caution à verser de plus de 3.000\$ avant d'être, éventuellement, accepté comme client. Mais le concept fait du bruit.

Michael Smith dit que son ROI/sac est de plus de 30%. Imaginez le même ROI sur des bijoux ou des montres à 3.000 euros !

De plus, le NDD location-bijoux.com est libre, preuve que personne n'est sur ce secteur pour l'instant.

(d'ailleurs le NDD location-sac.com est libre aussi !!! Ils sont pas net chez sacdeluxe.fr !!)

Demain, Alain-Figaret.fr dans "My ecommerce sucks!"

Update:

le 27/05/07

location-sac.com a été acheté par un certain Carl Kenigsberg le 7 Avril 2007 (un lecteur ??).

Voyant que le .fr était toujours libre, je l'ai acheté aujourd'hui... Qui veut racheter ?? !!

www.location-sac.fr

11/03/07

[Idée site Ecommerce: Mobilier de Créateurs](#)

Le marché du mobilier de créateurs est sous-exploité en France.

Or ce marché bénéficie d'une croissance qui ne devrait pas s'arrêter avant longtemps. En effet, les fameux C++, après s'être meublé chez Ikea pendant leurs études ont le portefeuille assez remplis pour passer à la gamme au-dessus. Et le mobilier design répond bien à cette demande: originalité, confort, haut de gamme et somme toute (voire heureusement!!) différent du mobilier de papa-maman.

La concurrence est loin d'être rude. Les deux plus "dangereux" sont [MadeinDesign](#) et [ObjectsBy](#).

4 points importants:

1. MadeInDesign a de bons résultats sur Google en référencement naturel, mais très facilement détrônables. En effet, il ne profite que du manque de concurrence sur ce secteur, et il sera donc très facile de lui passer devant (si rien ne change de son côté, bien sûr).
2. ObjectsBy ne sera pas facile à détrôner, voire impossible. Son référencement naturel est très solide (d'ailleurs il tourne sur PowerBoutique comme nous) et il possède une certaine popularité non négligeable dans le secteur. Mais, d'une, il s'est beaucoup focalisé sur Starck et très peu sur les autres créateurs, et de deux si vous ne passez pas devant lui sur des requêtes comme "Chaise Starck", mais que vous êtes en première page de Google, c'est tout de même sympathique pour votre business !!
3. Ce secteur cartonne sur Internet, car les boutiques en dure qui vendent ce genre de produits ne se trouvent qu'à Paris ou grandes villes de France.
4. La demande étrangère est aussi très forte. Pensez traduire le site en anglais aussi.

Bonne chance !

06/03/07

[Idée site Ecommerce: Electrostimulation](#)

Il y a un marché sur lequel la concurrence est féroce sur le net: le fitness !
Alors pourquoi se lancer sur ce secteur ?

Parce qu'il y a encore des places à prendre, mais pas n'importe où, n'importe comment.

Du fait de la concurrence (qui a envis de froter à AZ-Fitness ou Electrostimulation.com ??), je déconseille de lancer un site ecommerce. Par contre, et cela va être encore plus simple, lancer-vous sur eBay, Priceminister et autres 2xmoinchers.com.

Succès assuré !

La preuve ? Regardez ce qui est vendu en terme d'électrostimulation. Uniquement du bas de gamme. Comparez avec la large offre de [AZfitness](#) et [Electrostimulation](#) et vous comprendrez de quoi je parle. Demandez à un ami qu'elles sont les meilleures marques d'électrostimulation, et vous verrez qu'elles n'existent que trop peu sur ces places de marchés.

Bon lancement.

03/03/07

Idée site Ecommerce: Crocs shoes

Elles cartonnent aux US depuis 2003, il s'en vend une toutes les 2 minutes sur Ebay.com, les enfants et leurs parents les adorent et elles sont pleines de trous: les [Crocs](#) !

Inexistant sur eBay.fr, 2 entreprises seulement commencent à en vendre en France, sans faire grand bruit, l'été qui arrive...

Ca sent les \$\$\$ à pleins nez. Si vous avez un site ecommerce de chaussures ajoutez une gamme avec des crocs. Sinon, un blog-ecommerce avec Paypal suffira.

Après, vous pourrez aussi proposer les Pin's Crocs, pour customiser ses Crocs, grâce à [Jibbitz](#) (entreprise d'une mère de famille américaine rachetée 10 Millions de \$ par Crocs Inc. !)

02/03/07

Idée site Ecommerce: Business sur Second Life

Lancer un Business sur Second Life ou "Comment gagner de l'argent sur Second Life ?"

Suivez le guide. Comme d'habitude, ici pas de rétention d'idées!

Novembre 2006: Anshe Chung, propriétaire immobilier, génère 1 Million de \$\$\$\$. La presse s'en mêle et tout le monde se demande: "Mais quels sont les vrais business sur SL?" "Est-il possible d'en faire un job à plein temps ?"

Ok, on sait: Starwood Hotels, Scion, Reuters et Cisco ont leur propre building bla bla bla.. Sans parler des Sego, Lepen et autres Sarko-Lemeur (oui d'accord, on sait c'est pas à Sarko, mais à Lolo l'île UMP. T'énerve pas Loïc!!) qui trust les mondes virtuels autant que les média classiques. Mais moi, qui ne veux pas être Président de la République, ni patron d'une multinationale, je fais comment ?

Bon alors arrivé à ce niveau-là en général et si l'article n'est pas trop nul, le journaliste vous propose :

- Organisateur de soirée ou de mariage
- Designer d'animaux de compagnie
- Tatoueur
- Fabricant de voiture
- Designer de vêtements
- Designer d'avatar

- Fabricant de bijoux
- Architecte
- Guide touristique pour débutant
- Propriétaire d'île, de bâtiment, bla bla bla
- Publicitaire

Ok. Bien. Sauf que là y'a toujours rien de nouveau sous le soleil. Et pour ceux qui se disent « Ouhaï génial, pleins d'idées ! » ben, changez de blog ! Ici on n'est pas chez JDN.com ou LeFigaro.fr. Ici on est chez les bons !

Vous voulez la dernière idée qui tue sur SL ? Une idée qui n'existe pas en France et qui cartonne aux US ? Alors ouvrez grand vos oreilles :

Etape 1 : Construisez un bâtiment sur une île.

Etape 2 : Dans ce bâtiment, organisez tous les Jeudi un Speed Dating pour français (avec des sessions de 15 minutes car 7 minutes c'est un peu court).

Entrée gratuite, Inscription gratuite (" ha bon ? Je croyais que c'était là que je gagnais de l'argent moi...").

Etape 3 : Engagez des serveuses. Facturez 175 Linden (0.5 euro) le verre que les hommes ne pourront s'empêcher d'offrir aux jolies prétendantes assises en face d'eux! Avec SEULEMENT 10 hommes qui offrent 10 verres à 10 femmes ça fait 17.500 Lindens (50 euros). Sans compter les verres consommés par les hommes ! Imaginez s'il y a 100 personnes dans votre bar!

Etape 4 : Me remercier avec une carte open-bar à vie dans votre club!! ;-)

Ce concept cartonne aux US. Les français ne parlent pas anglais quoi qu'ils en disent. Et même s'ils prétendent qu'ils savent parler anglais, les étrangers ne veulent pas communiquer avec eux, de toutes façons, car ils ne savent pas traduire « Do you wanna get laid ? ». Alors... le concept est bon pour la France puisqu'il a fait ses preuves aux US. C'est CERTAIN !!!!!

Bonne chance !

25/02/07

[Idée site Ecommerce: Vente de Cravates Originales](#)

Idée site Ecommerce: Vente de Cravates Originales.

Le site Canadien itsatie.om (it's a tie.com) vend avec succès des cravates qu'on ne trouve nulle part ailleurs. Une niche market comme Internet les aime tant. Greffez-y un blog sympas ou un concept de vote-desinging comme le célèbre Lafraise.com le fait avec les T-Shirt, et vous avez du 2.0.

Le SEM est plutôt simple pour ce site: "cravates originales", "cadeaux fêtes des pères", "cravates personnalisées"...

Le SEO est assez simple aussi, car je ne pense pas que la concurrence en référencement naturel soit très agressive sur ce secteur niche.

Si ce projet intéresse une équipe, je pourrai vous aider sur le ref nat et la promotion du site. Je connais le fondateur de itsatie.com et donc les facteurs qui ont fait le succès de son site web.

23/02/07

[Idée site Ecommerce: Ventes de chocolats par abonnement](#)

Après les chaussettes, les chemises et les lentilles de contacts, place au chocolat.

Le succès des systèmes d'abonnement à fait ses preuves sur Internet.
Il n'y a de la place que pour 2 ou 3 acteurs par secteurs maximum, mais ça fonctionne.

Imaginez: pour 10 euros par mois, nous vous envoyons notre meilleure sélection de chocolats. Vous pourrez même nous informer sur vos préférences: chocolat noir, au lait, avec des noisettes?

Si vous avez les contacts nécessaires pour ce secteur (fournisseurs, chocolatiers, etc...), lancez vous: on dit qu'il y a déjà quelques Business Angels sur la place de Paris qui sont intéressés... (ooooops... j'ai rien dit moi !!!).

20/02/07

[Social Network pour Femmes au Foyer](#)

"Un MySpace uniquement pour femmes au foyer ? Pfff... Quelle idée!"

Et pourtant...

On connaît la propension de cette cible à **échanger** (des recettes de cuisines), **discuter** (de leur enfants), **conseiller** (sur l'éducation) et **acheter** (réunion Tupperware...). Bref, tout ce qui fait un réseau social. Or, aucun de ces réseaux n'existe en France. Cette cible ultra précise et ultra "decision maker" quand il s'agit de faire les courses peut générer une forte demande en espace publicitaire.

L'avenir des Social Network est à la spécialisation. On imagine assez mal une mère de famille surfer sur MySpace plus de 10 minutes...

Et quand on connaît le succès de sites comme Aufeminin.com et leur audience alors qu'il n'y a aucun Web 2.0 dedans, imaginer un site qui permettra d'éditer ses propres recettes de cuisines, les photos de sa maison et de son intérieur et pourquoi pas des vidéos de cuisines, comme on

voit des émissions TV de cuisines, un système d'échange de garde d'enfant, etc...

Avis aux programmeurs entrepreneurs...

Une idée de nom?

Je me lance en premier: MyHousewife.com ou YouHouswife.com ;-)

D'autres idées de NDD ?...

16/02/07

Idée site Ecommerce: Accessoires pour HTC

On connaît le succès des accessoires pour Ipod. Le fabriquant qui pointe son nez actuellement est HTC. Cette société produit des téléphones portables haut de gamme à des prix défiants toutes concurrences (suivant les opérateurs). Les magasins sont en ruptures de stock, 4 des mes amis ont acheté les Htc p3300 (et moi aussi). Problème: impossible de trouver les accessoires qui vont avec autre part que sur des sites Asiatiques (livraison en 2 semaines minimum, frais de port plus chers que le produit en lui-même). Même sur ebay.fr on ne trouve presque rien. Qui va importer le premier ces magnifiques produits?? Je ne sais pas. Mais la demande existe.

Brèves sur le Ecommerce

11/02/08

Fia-Net

10,8 Millions !

C'est le nombre total d'identités enregistrées dans la base de données FIA-NET en janvier 2008.

Soit plus de la moitié des cyber acheteur en France !!

Avec un rythme de plus de 500 000 nouveaux clients enregistrés chaque mois.

Fia-Net devient de plus en plus inévitable sur la toile, aussi bien du côté marchands que du côté consommateurs.

Un petit mot aussi pour Quentin, dont voici l'email que j'ai reçu:

Titre de l'email: Message pas très important, enfin sait on jamais

70 | Cet eBook est offert gratuitement par www.Blog-Ecommerce.com

Bonjour, je suis un lycéen de 17 ans, et je vous écris juste pour vous dire que je trouve que ce que vous faites est super.

Plus tard j'espère faire des choses similaires,

(en réalité je cherche tout le temps des nouvelles idées plus ou moins valables, et je pense que je fini par saouler mes parents meme si ils font preuve d'une écoute plutôt bonne.

-"alors là ! j'ai une bombe !"

-"Ah ca faisait longtemps !? x_x ")

Bon bref, si j'avais créer ma petite boutique j'aurai bien aimé que quelqu'un m'envoi un message pour dire que c'est génial.

Donc, moi je le fais.

Bonne continuation, et puis continuez votre blog. (Parceque ça aussi c'est cool).

Quentin, voici ma réponse: Merci pour ce mail. C'est bien de penser comme cela à 17 ans. Continue, ça change des ados qui ont peur de tout (et désolé pour tes parents si du coup tu les saoules encore plus ;-)). Commence par des stages et des premiers jobs dans le e-commerce, histoire d'en avoir une vision concrète. Il y a aussi de plus en plus de BAC+5 en e-business ("passe ton bac d'abord !!" comme on dit).

Bonne chance.

15/09/07

[Natiloo, du bio pour votre bébé](#)



Natiloo est un e-commerce qui se propose d'offrir des produits bio et éthiques pour votre bébé. L'équipe a ouvert le site cette semaine. Je m'occupe depuis 3 mois de leur référencement naturel, je souhaitais donc partager avec vous ce lancement.

Voici la présentation de Natiloo par ses créateurs:

"Natiloo.com, le spécialiste des produits bio, sains et [naturels pour le bébé](#) et sa maman, vient de voir le jour sur Internet !

Du choix, du choix et encore du choix, voilà le credo de Natiloo.com. Avec plus de 1300 références, tous les besoins de bébés sont passés en revue : [Alimentation bio pour bébé](#) (petits pots, lait infantiles, biscuits..), [vêtements bébé](#) en coton bio (bodies, gigoteuse, pantalons, robes...), [couches lavables et couches jetables bio](#), jouets, peluches et même du mobilier et de la déco !

Natiloo.com, n'a pas non plus oublié la jeune maman qui allaite. Natiloo.com lui propose toute une gamme d'articles de soin bio et de [vêtements d'allaitement](#) en coton bio bien sûr.

Rien n'est trop bio pour nos bébés et ça, chez Natiloo.com, ils l'ont bien compris !

Natiloo.com, c'est aussi des articles et des conseils pour choisir et offrir le meilleur du bio à nos tout-petits.

Question services, on apprécie la livraison en étage pour le mobilier, ou l'option paquet cadeau avec dédicace personnalisée.

A bientôt sur Natiloo !"

Un concept original sur un marché, la [puériculture](#), en forte croissance sur le Net depuis maintenant 3 ans, Natiloo possède toutes les chances de succès !

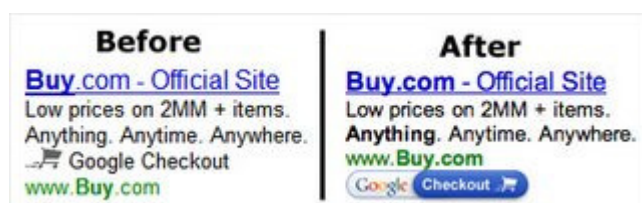
21/04/07

[Il suffit juste de penser une fois de plus que les autres...](#)

Ca va vite chez les Américains, surtout quand il s'agit d'Internet. Comment font-ils ? Ils pensent juste une fois de plus que l'autre. Comme au tennis: celui qui gagne, c'est celui qui tape la balle une fois de plus que l'adversaire.

Ce qui s'est passé cette semaine en est un exemple:

2006. Google pousse son GoogleCheckout en proposant aux ecommerçants un logo « Google Checkout » dans leurs annonces AdWords si ils proposent ce mode de paiement à leurs clients.



Début de semaine, le 17 Avril 2007. Google annonce le changement de nom pour son Moteur

Produit. Froogle devient Google Products Search.



18 Avril 2007. Paypal et Yahoo annoncent un partenariat. Ainsi, Yahoo proposera lui aussi un logo, Paypal, pour ses annonces Panama.

19 Avril 2007. Google, pas content du tout, annonce que les ecommerçants proposant GoogleCheckout seront avantagés sur Google Product Search

Alors... s'il suffit de penser une fois de plus que les autres... ben, je dirai que Yahoo va bientôt annoncer que les ecommerçants proposant Paypal à leurs clients seront avantagés sur Kelkoo !!

Moi j'dis ça, j'dis rien...

Imaginez que Google...

Imaginez que Google... affiche une page de **votre site** plus de **8 fois sur 10** quand un internaute recherche un produit à acheter.

Imaginez que Google... viennent scrawler **votre site** plus de **5 fois par seconde** au lieu d'une fois par mois.

Imaginez que Google... soit tellement **jaloux** de **votre site**, qu'il décide de vous copier.

Imaginez que Google... scrawle les millions de pages de **votre site sans en oublier une seule**.

Imaginez que Google... redirige plus de **10%** de son trafic total sur **votre site**.

Imaginez que Google... encore aujourd'hui et pour encore longtemps, sans jamais s'arrêter ni se lasser, va, comme vous et moi et toujours avec plaisir, aller surfer sur **CE SITE**.

20/03/07

[Paypal ou TPEV ?](#)

La question ne se posera bientôt plus. [Paypal](#), sans hésitation !

Pourquoi, alors que nous avons installé le TPEV de la banque HSBC sur notre site de [platine](#), préférons-nous Paypal ?

Parce que [Paypal](#) change.

Habitué à recevoir des commissions outrageuses de l'ordre de 4 à 5% du CA, Paypal a compris que pour cibler les eTPE et ePME il allait devoir s'aligner sur les banques (qui elles prennent entre 0.5 et 1.5%, plus 15 centimes/transaction). Paypal annonce aujourd'hui une nouvelle politique tarifaire ([Neteco](#)): 1.4 à 2% et 25 centimes/transaction.

Un coup dur pour les banques, surtout qu'elles rechignent à faire confiance à un e-marchand en lui fournissant un contrat VAD (et j'en sais quelque chose.....). Et oui, finit les longues négociations (souvent en vain) avec un banquier. Paypal devient aussi "peu chers" que votre banque et sans lenteur administrative.

Reste un hic: la confiance que les internautes ont vis à vis d'un site qui vend avec Paypal. Et oui, parce qu'il ne faut pas croire: les taux de transformation sont bien moindre avec un logo Paypal qu'avec un logo d'une bonne banque comme BNP, SOGE et autres HSBC.

... sauf que....

Et bien sauf que Paypal permet le paiement par [CB simple, comme avec votre banque](#) (l'offre Paypal pour Business) et que Paypal prépare en ce moment une campagne pub TV ayant pour objectif de "rassurer" les français sur la fiabilité et le sérieux de leur système de paiement et des sites qui le proposent !

TPEV et VAD bye bye... vive le e-commerce libre !

[Pour bénéficier de l'offre de Paypal Business, cliquez ici.](#)

12/02/07

[Eboogle !](#)

Alors que Google développe "Check out" pour concurrencer Paypal et lance sa propre plateforme de vente ebay-like, Google et ebay s'associent sur la Pay-per-call !! Comme quoi, ils sont pas rancuniers les américains !

Bref, bientôt du Adword avec du Skype à droite de vos recherches sur Google. Je clique, j'ai au bout du file une charmante hotesse qui prend ma commande ! Bientôt, acheter sur le web

sera aussi simple et rapide que passer commande au McDO !

09/02/07

Parce que les meilleurs ecommerçants connaissent les réponses à la plupart de ces questions:

1. Qui peut faire un audit de mon site ?
2. Comment augmenter mon panier moyen ?
3. Comment arriver dans les premiers résultats "naturels" de Google ?
4. Comment augmenter mes visites ?
5. Google indexe-t-il bien l'intégralité de mon site ?
6. Mon Trusted Feed est-il optimisé pour les shop-bots ?
7. Y-a-t-il des réseaux de ventes que j'ignore sur le web ?
8. Comment augmenter mon Page Rank ?
9. Comment augmenter mon taux de conversion ?
10. Pourquoi mes achats de mots clef ne sont-ils pas toujours rentables ?
11. Mon référencement sur les moteurs de recherche et annuaires ?
12. Ai-je le meilleur système de paiement en ligne ?
13. Les stratégies qui fonctionnent et celles à éviter ?
14. Ai-je créé suffisamment de back-links ?
15. Comment m'ouvrir à l'international ?
16. Mes campagnes de pub sont-elles efficaces ?
17. Le contenu éditorial de mon site est-il pertinent ?
18. Les balises sont-elles efficaces ?
19. Ma politique shop-bots est-elle optimisée ?
20. Mes Titres et Descriptions sont-ils efficaces ?
21. Quelles sont les stratégies de mes concurrents ?
22. Comment et où mes concurrents se référencent-t-ils ?
23. ...

Olivier Levy,

Spécialiste en eCommerce et Référencement.

Passionné d'ecommerce, j'ai créé une agence de conseil en stratégie ecommerce pour PME et TPE.

*Fort de mon expérience chez différents leaders du ecommerce français, un constat s'impose : avec 2 sites ecommerce créés **CHAQUE HEURE** en France (chiffres ACSEL 2007), **les entreprises qui passent la première année d'exploitation sont rares.***

*Et dans cet écrémage, les petits ecommerçants représentent hélas presque la totalité. **Manque de conseils et d'accompagnement stratégique en sont les causes.** Il faut connaître les ficelles du métier. L'avenir du ecommerce étant justement, à mon avis, dans les mains de ces petits ebusiness, j'ai décidé de créer cette agence.*

L'offre de cette société se veut complètement « ecommerce-oriented » et fait chaque jour la preuve de son efficacité.

Notre offre s'adresse particulièrement aux :

1/ Futurs ecommerçants dans leur business plan,

2/ ecommerçants actuels dans leur référencement naturel sur Google (une clé si vous voulez réussir !!) et,

3/ emarketeurs dans leur stratégie ecommerce globale.

www.blog-ecommerce.com est un site 100% gratuit qui est actualisé régulièrement. Nous vous conseillons donc de visiter notre site www.blog-ecommerce.com pour lire la dernière version des articles de cet ebook et bien entendu pour en lire de nouveaux qui vont je l'espère vous aider dans le développement de vos affaires sur internet!

Email: contact@blog-ecommerce.com, Port: 06 35 33 06 08

Informations légales:

- **Les marques citées dans ce document restent entièrement la propriété de leurs détenteurs**, si vous souhaitez les retirer, envoyez une simple demande par email à olivier.levy@gmail.com .
- Ce guide et ces conseils n'engagent qu'Olivier Levy, ils sont issus de son expérience personnelle. C'est pourquoi **ni Olivier Levy, ni Le Blog eCommerce ne pourront être tenu responsable des éventuelles conséquences de la mise en pratique de des conseils et astuces** que cela soit à titre personnel ou professionnel.
- **Les textes contenus dans ce guide et ainsi que leur diffusion est totalement libre**: vous pouvez diffuser ce livre PDF, reprendre tout ou partie des articles... à condition de mentionner l'auteur (Olivier Levy) et le site d'origine via un lien vers www.blog-ecommerce.com.