



Guide e-commerce de Noël



2014



PRESTASHOP

Table des matières

0. Introduction
1. Calendrier de planification des fêtes
2. Astuces de design pour un site aux couleurs des fêtes
3. Conseils SEO pour les fêtes
4. Quatre étapes pour des expéditions faciles pendant les fêtes
5. Quatre promotions de fêtes pour booster les ventes
6. Cinq e-mails à envoyer impérativement pour les fêtes
7. Check-list des fêtes

Introduction

Pour les e-commerçants, la période des fêtes marque sans aucun doute le moment le plus important de l'année. Rapides et pratiques, les boutiques en ligne sont de plus en plus plébiscitées par les clients pour leurs achats de Noël. L'année 2013 a vu une [augmentation de 12%](#) des achats en ligne, et cette année promet également d'être exceptionnelle. Les fêtes approchent à grands pas, une occasion formidable de développer vos ventes vous tend les bras.



Notre guide vous explique **comment :**

- Préparer les dates clés grâce à notre calendrier de planification des fêtes
- Optimiser le design de votre site pour booster les conversions
- Tirer parti du rush des fêtes en utilisant les meilleures pratiques SEO
- Bénéficier des meilleurs conseils d'expédition
- Appliquer des promotions efficaces qui convertissent les visites en ventes
- Envoyer des e-mails parfaits pendant les fêtes pour booster les ventes
- Organiser votre temps grâce à une check-list de fêtes complète

Préparez votre boutique dès maintenant et offrez-vous le meilleur cadeau qui soit :
une période de fêtes pleine de ventes !

1

Calendrier de planification
des fêtes



Calendrier de planification des fêtes

Préparez-vous aux fêtes avec les dates clés dédiées aux e-commerçants

Octobre 2014

1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11 12
13 14 **15** 16 17 18 19
20 21 **22** 23 24 25 26
27 28 29 30 31

- 13:** Réapprovisionnez vos stocks, notamment vos meilleures ventes
- 15:** Appliquez une stratégie SEO spéciale fêtes et lancez des campagnes de publicité
- 20:** Publiez des articles de blog, par exemple des guides pour trouver le cadeau parfait
- 22:** Faites la promotion des achats de Noël anticipés

Novembre 2014

1 2
3 4 5 6 7 8 9
10 11 12 13 14 15 16
17 18 19 20 21 22 23
24 25 26 27 **28** **29** 30

- 3:** Créez des catégories et des pages dédiées aux fêtes
- 10:** Commencez à faire la promotion des soldes du Black Friday et du Cyber Monday [USA]
- 28:** Black Friday [USA]
- 29:** Small Business Saturday [USA]

Décembre 2014

1 2 **3** 4 5 6 7
8 9 10 11 12 13 **14**
15 16 **17** 18 19 **20** 21
22 23 24 25 **26** 27 28
29 30 31

- 1:** Cyber Monday [USA]
- 3:** Faites savoir à vos visiteurs que l'emballage cadeau est gratuit
- 14:** Annoncez le dernier jour de commande pour être livré à temps pour Noël (expédition normale)
- 17:** Free Shipping Day
- 20:** Super Saturday, cadeaux de dernière minute [USA]
- 22:** Faites la promotion des cartes cadeaux électroniques pour ceux qui ont oublié quelqu'un !
- 26:** Envoyez des e-mails promotionnels qui attireront les clients qui n'ont pas trouvé le cadeau idéal

Janvier 2015

1 2 3 4
5 6 **7** 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31

- 1:** Envoyez un e-mail de bonne année faisant la promotion des soldes de janvier
- 5:** Faites la promotion de produits adaptés aux résolutions du Nouvel An
- 7:** Soldes de janvier

2

Astuces de design pour un site aux couleurs des fêtes

2. Astuces de design pour un site aux couleurs des fêtes

Faire ses achats en ligne permet d'éviter la cohue des magasins et ses désagréments : réussir à se garer, faire la queue, ou encore apprendre qu'il n'y a plus de papier cadeau quand c'est justement votre tour.

Cependant, le shopping en ligne peut également sembler rébarbatif, surtout pour les clients qui ont une longue liste de noms et aucune idée de quoi acheter. Essayez certaines de ces idées pour simplifier le processus d'achat et offrir à vos clients, nouveaux ou fidèles, une expérience d'achat en ligne agréable et festive.

À la pointe de la recherche

Lorsque vos clients croulent sous le nombre de personnes à qui ils doivent faire un cadeau (mari, sœur, père, belle-mère, ami...), ils veulent une solution simple. Vos clients habituels savent peut-être ce qu'ils veulent et où le trouver sur votre site, mais pendant les fêtes, leurs amis achètent probablement des cadeaux pour eux. Aidez-les à choisir facilement le cadeau parfait grâce à des catégories d'achat détaillées et créatives.

Voici quelques idées, 100 % approuvées par le Père Noël :

SEGMENT DE CLIENTÈLE

Des pages dédiées à des articles « Pour lui » ou « Pour elle » constituent un excellent point de départ, mais vous pouvez aussi opter pour des idées plus originales. Réfléchissez à qui sont vos clients et aux personnes pour lesquelles ils recherchent un cadeau : « Idées cadeaux pour ceux qui ont tout » ; « Les 10 meilleurs cadeaux pour les petites sœurs » ; « Cadeaux incontournables pour les mamans »."



Voyez comme Red Envelope permet de trouver facilement des cadeaux pour toute la famille

2. Astuces de design pour un site aux couleurs des fêtes



Piperlime revisite le guide cadeaux de manière originale et détaillée, en personnalisant cette page pour un acheteur spécifique

THÈME

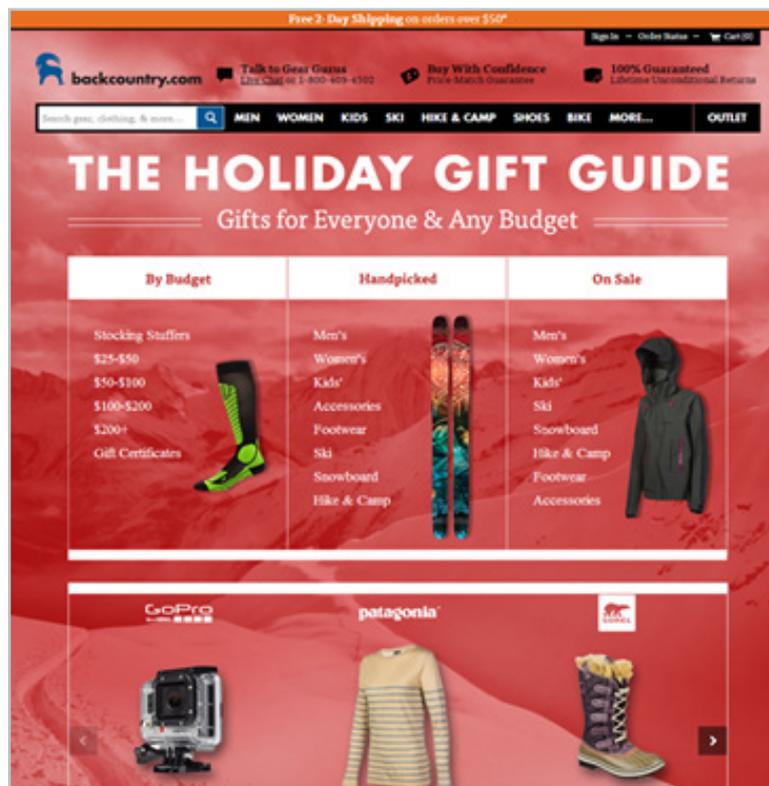
Adaptez vos catégories aux thèmes des fêtes. Si vous avez des produits qui font de parfaits cadeaux, optez par exemple pour des catégories de Noël comme « Petits cadeaux » ou « Cadeaux de dernière minute ».



Nous adorons l'association de catégories créatives et pratiques de Uncommon Goods

PRIX

Les clients qui ont un budget à respecter seront ravis de pouvoir faire une recherche par prix. Vous pouvez aussi regrouper les articles à bas prix dans une catégorie « Liquidation des stocks » ou « Promotions de fêtes », puis diriger les clients vers ces pages depuis la page d'accueil.



Les acheteurs ayant un petit budget adoreront backcountry.com et ses catégories de prix et de promotion bien visibles

Quelles que soient les catégories que vous choisissez, rendez-les faciles d'accès en créant des pages dédiées ou en plaçant des liens visibles sur votre page d'accueil.

Affichez votre esprit de fêtes

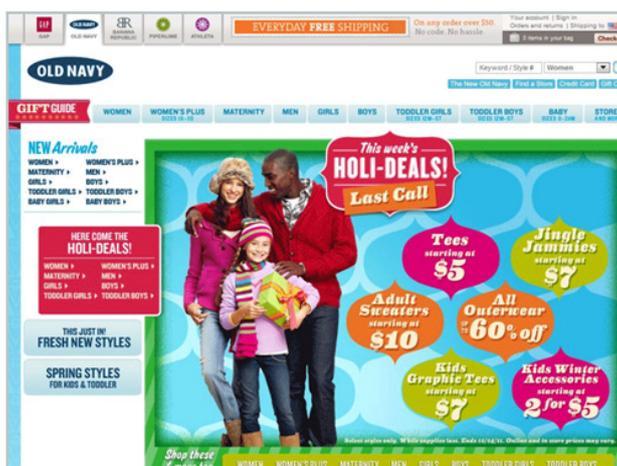
Quelles que soient les catégories que vous choisissez, rendez-les faciles d'accès en créant des pages dédiées ou en plaçant des liens visibles sur votre page d'accueil.

HABILLEZ LES VISUELS DE VOTRE SITE

Les guirlandes lumineuses, branches de houx et autres rênes sont des éléments incontournables des fêtes. Si les magasins physiques se parent de nombreuses décorations de Noël, pourquoi ne pas faire de même sur votre site en insufflant à vos logos et vos pages un bel esprit de fêtes ?



La page spéciale fêtes de Petsmart utilise une photo adorable et des illustrations intelligentes pour mettre les clients dans l'ambiance



Grâce à quelques graphiques subtils, Old Navy insufflé un véritable esprit de fête et attire les clients avec des offres tentantes

SOIGNEZ VOS DESCRIPTIONS

Adaptez vos descriptions de produit pour les fêtes afin d'aider vos clients à choisir leurs cadeaux. Vous pouvez également suggérer des cadeaux complémentaires : « Associez ce jean avec la ceinture parfaite. » Et n'oubliez pas que vos pages spéciales fêtes sont parfaites pour signaler aux clients que vous offrez la livraison et leur rappeler que vos promotions de Noël ont une durée limitée.

The screenshot shows the Williams-Sonoma website interface. At the top, the logo 'WILLIAMS-SONOMA' is displayed with the tagline 'inspiring cooks everywhere'. Below the logo is a navigation bar with links for Registry, Blog, Recipes, Wine, New, Gifts, Halloween, Thanksgiving, Open Kitchen, and Sale. A search bar is located on the right side of the navigation bar. Below the navigation bar, there are four promotional banners: 'Free Shipping on orders over \$49' with code SHIP4FREE, '20% Off Williams-Sonoma Stainless-Steel Cookware & Cooks' Tools', '20% Off All Halloween', and 'Additional 20% Off Clearance' with code SAVENOW. The main product page features a large image of a round plate with a festive design: a holly wreath with red berries and a central white label that reads 'A Merry Christmas'. To the right of the image, the product title is 'Vintage Christmas Postcard Dessert Plates, Set of 4', followed by a star rating and the price '\$39.95'. Below the price, there is a quantity selector set to '1' and a note 'Quantities are limited. Check availability.' Two buttons are present: 'ADD TO CART' and 'ADD TO REGISTRY'. Below these buttons, there is a 'SUMMARY' section with a description of the product: 'Spread good cheer with nostalgic plates that celebrate the best of vintage Americana. Each piece is decorated with a classic Christmas greeting and colorful botanical artwork inspired by antique postcards. The bright red border fillets add a merry finishing touch. Great for seasonal gatherings, our sturdy earthenware plates offer a stunning delivery for small bites, appetizers and cocktail snacks. Microwavable and dishwasher safe. 7 1/2" diam. Set of four. Made in China. A Williams-Sonoma exclusive.' At the bottom of the page, there are social media sharing options (Facebook Like, Twitter Tweet, Google+ +1, Print) and a 'PRINT' button.

Voici deux exemples très différents de messages de fêtes utiles et percutants, placés dans la bannière et dans la description de produit

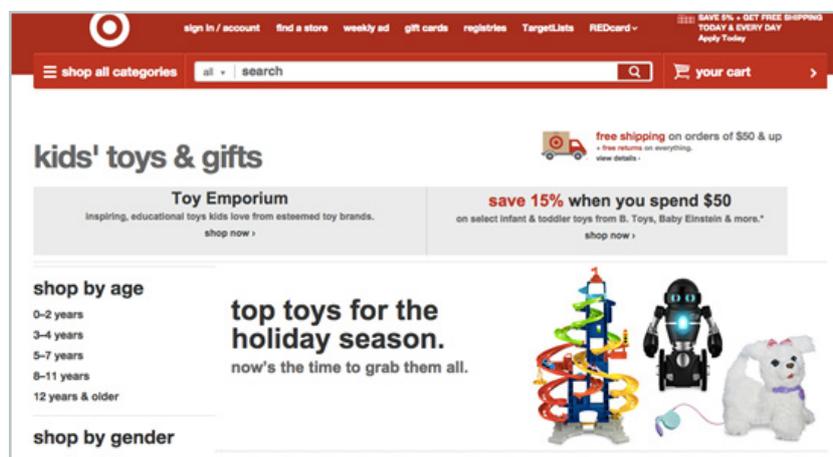
2. Astuces de design pour un site aux couleurs des fêtes



Planifiez vos décorations relativement tôt afin de pouvoir les rafraîchir rapidement et facilement au fil de la saison et maintenir ainsi l'intérêt du client.

Boostez vos meilleures ventes

Vous allez sans doute attirer de nouveaux clients pendant les fêtes. Cependant, la majorité de votre chiffre d'affaires proviendra de vos clients habituels. Leurs produits préférés continueront très certainement d'avoir du succès tout au long des fêtes. Assurez-vous donc d'en avoir suffisamment en stock, et organisez des promotions par le biais de vos pages spéciales fêtes pour booster le trafic.



Target place ses meilleures ventes en évidence pour une sélection de Noël qui plaira à tous les coups

Créez un sentiment d'urgence

Les comptes à rebours rendent vos clients impatients, et les incitent à vous suivre jusqu'au jour J. Affichez un compte à rebours de Noël : véritable appel à l'action, il rappelle également aux acheteurs qu'il est encore temps d'acheter en ligne.



Le site de Sam's Club veille à ce que personne ne manque les promotions de Noël, pas même les acheteurs de dernière minute. Regardez le compte à rebours ainsi que les rappels de délais de livraison

N'attendez pas !

Si certains de vos clients attendent jusqu'à la dernière minute pour trouver le cadeau parfait, n'attendez pas une minute de plus pour vous préparer à la période des fêtes. Planifiez la conception de votre site bien à l'avance et non lorsque vous serez au beau milieu des fêtes en train de traiter et d'expédier des commandes.

Sachez quand vous arrêter : après l'heure, ce n'est plus l'heure. Définissez une date pour décrocher vos décorations virtuelles et préparez votre thème du Nouvel An pour tirer profit des achats de janvier.

3

Conseils SEO pour les fêtes



3. Conseils SEO pour les fêtes

Saviez-vous que 30 % des consommateurs commencent leurs achats de Noël avant Halloween, et qu'ils passent de plus en plus par le web ? Il est donc plus important que jamais de disposer d'une solide stratégie SEO. Et quel est le secret d'un référencement réussi ? Un excellent contenu. C'est le meilleur cadeau que vous puissiez vous faire pour les fêtes.

Il existe de nombreuses manières d'offrir à votre site un contenu de bonne qualité. Voici les points à retenir :

Ne partez pas de zéro

Planifier la période des fêtes est un processus suffisamment laborieux. Ne vous compliquez pas les choses en ajoutant des tâches inutiles. Utilisez les données de l'année dernière et des mois précédents les fêtes de cette année pour vous constituer un site spécial fêtes de bonne qualité.

Voici quelques idées :

- Observez vos pages les plus visitées. Quelle est la recette de leur succès ? Pouvez-vous l'appliquer à d'autres pages ?
- Identifiez vos pages produits les plus populaires. Pouvez-vous mettre en place une promotion spéciale pour tenter ceux qui cherchent à faire des affaires ?
- Enrichissez le contenu existant. Essayez d'intégrer des mots-clés populaires à un contenu de fêtes. Vous capturerez ainsi les acheteurs saisonniers sans perdre vos classements existants.

Utilisez les campagnes Google Adwords

Google Adwords permet d'accroître rapidement votre visibilité dans les résultats de recherche. Nous vous conseillons de créer dès maintenant votre campagne marketing spéciale fêtes, c'est-à-dire avant que la période des fêtes ne commence.

Voici quelques conseils pour maximiser votre campagne de fêtes Google Adwords.

- Utilisez des mots-clés et des messages spécifiques pour attirer votre client cible.
- Adaptez vos mots clés, textes publicitaires et pages d'atterrissage au thème des fêtes.
- Définissez votre budget à l'avance, et assurez-vous que les paiements seront

effectués sans problème : évitez les surprises désagréables pendant le rush de Noël !

- Utilisez votre boîte à outils : le suivi de conversion et Google Analytics vous permettent de mesurer concrètement vos mots-clés et de comprendre comment les clients interagissent avec votre site.
- Créez de nouvelles publicités au fil de la période des fêtes en modifiant le texte en fonction de l'implication du client avec votre site.
- Utilisez les calendriers automatiques de Google Adword pour définir les dates de début et de fin des campagnes.

Pour obtenir davantage d'informations sur l'utilisation de Google Adwords pendant les fêtes :

<https://support.google.com/adwords/answer/2880335?hl=fr>

Misez sur votre blog

Votre blog peut être une mine d'or pour attirer du trafic via les moteurs de recherche pendant les fêtes.

Gardez à l'esprit les idées suivantes pour tirer pleinement profit de ce que vous postez sur votre blog.

- **Soyez prévoyant.** Lorsque vous croulerez sous les commandes et les expéditions, vous n'aurez pas de temps à consacrer à la rédaction de billets réfléchis et parfaits pour le SEO. Écrivez vos billets de blog à l'avance, instaurez un calendrier éditorial et planifiez les publications de votre blog en amont afin de pouvoir vous concentrer sur les ventes. Cela donnera également aux moteurs de recherche le temps d'indexer et de classer votre site avant que les fêtes ne commencent.
- **Dédiez un article de blog à chaque promotion importante, meilleure vente ou catégorie de produits** sur laquelle vous voulez attirer l'attention. Cela permettra d'informer vos clients de vos excellentes promotions de fêtes et de simplifier leurs décisions d'achat, tout en générant un excellent contenu pour les moteurs de recherche. Ces articles vous permettront par ailleurs d'intégrer un lien direct vers le produit ou la page dédiée.
- **Rédigez un billet de blog sur votre guide cadeaux.** Intégrez des liens vers les différents produits que vous mentionnez pour accroître le trafic vers votre site. Envisagez d'offrir un cadeau aux clients qui partagent le lien. Utilisez les newsletters et les médias sociaux pour faire la publicité de cette opération promotionnelle.
- **Pensez SEO.** Tenir un blog est une activité intéressante, mais qui doit aussi avoir

une finalité. Utilisez Google Keyword Tool et Google Trends pour voir les tendances et identifier les mots-clés les plus pertinents concernant vos produits. Intégrez-les ensuite à votre article de blog spécial fêtes. Les conversions devraient se multiplier !

Créez votre propre contenu

Le contenu n'a d'impact que s'il est unique. Prenez dès maintenant le temps de créer un texte pertinent et parfaitement adapté à votre site Internet.

Meta descriptions, tags et titres

- **La balise title de la page d'accueil** : elle doit comprendre le nom de votre boutique ainsi que votre mot clé principal, le tout en moins de 70 caractères.
- **Meta description de la page d'accueil** : il s'agit d'une description de 160 caractères visant à attirer les clients qui vous trouvent dans les résultats de recherche. Si elle est claire, concise et attrayante, ils vous choisiront plutôt qu'une autre boutique.
- **Balise title de la fiche produit** : chaque titre de page produit doit inclure les mots-clés du produit.
- **Meta description de la fiche produit** : il s'agit du texte que les moteurs de recherche affichent sous le titre de la page produit. Choisissez-le avec soin ! Il pourrait faire la différence et convaincre un client de cliquer sur votre promotion spéciale fêtes.

Descriptions produits

La probabilité pour qu'un texte soit bien classé dans un moteur de recherche dépend de sa qualité. Les descriptions produits vous donnent l'occasion parfaite de rédiger un message créatif : pensez original, pensez client. Vous devez également y inclure des mots-clés du titre de votre page. Et pourquoi ne pas inciter les clients satisfaits à laisser un commentaire ?

Surveillez vos concurrents

Lorsque vous réfléchissez à vos phrases-clés, observez les meta titres, descriptions, URL et contenus de pages de vos meilleurs concurrents. L'idée n'est pas de les copier, mais de comprendre ce qui leur permet d'être les premiers dans les résultats de recherche, et de glaner quelques idées sur la manière dont orienter votre contenu pour attirer les foules.

Partez avec une longueur d'avance

Nous ne le répéterons jamais assez : il n'est jamais trop tôt pour planifier les fêtes, en particulier en matière de référencement. Les moteurs de recherche ont besoin de temps pour indexer et classer les sites, parfois jusqu'à plusieurs mois. C'est donc bien avant la pleine saison que vous devez leur donner, par exemple, le plan de votre site avec vos produits et vos catégories. Et n'oubliez pas que tout le monde ne fait pas ses achats de Noël à la dernière minute ! Certains acheteurs prévoyants adoreront voir des promotions sur les produits des fêtes lorsqu'ils boucleront leur liste de cadeaux en novembre.

4

Quatre étapes pour
des expéditions faciles
pendant les fêtes

4. Quatre étapes pour des expéditions faciles pendant les fêtes

Soyez prévoyant pour que vos expéditions de Noël ne soient pas une source de stress. Créez et optimisez très tôt votre stratégie d'expédition en vous basant sur ces quatre étapes essentielles : simplifier les options de livraison, optimiser les ressources, proposer des promotions et annoncer les délais de livraison.

Simplifier les options de livraison

Votre boutique a des besoins uniques, et votre transporteur doit être capable d'y répondre avec des solutions sur mesure. Pour accélérer les expéditions et profiter de remises sur volumes, réduisez vos options à trois possibilités : expédition normale, express et internationale. Pour trouver les meilleurs transporteurs pour la période des fêtes, tenez compte des quatre éléments suivants :

- **Valeur du produit** – Si vos produits sont chers, choisissez impérativement un transporteur fiable, qui propose un suivi et une assurance. Vos clients apprécieront de recevoir des mises à jour régulières sur le statut de leur commande et de suivre leur colis en temps réel.
- **Poids** – Pour les produits lourds, comme les livres et les liquides, optez pour un transporteur proposant des forfaits. Pour les produits extrêmement lourds, choisissez un transporteur proposant les frais de charge excédentaire les plus faibles.
- **Taille** – Économisez de la place et de l'argent en expédiant les produits petits ou plats dans des enveloppes (ex. vêtements pour bébés ou bijoux).
- **Frais de transport** – Choisissez la solution la plus économique en prévoyant les ventes pour estimer les coûts d'expédition. S'il s'agit de la première période de fêtes pour votre boutique, faites une estimation raisonnable.

Optimiser les ressources d'expédition

Rien de pire que de se rendre compte qu'il vous manque quelque chose lorsque vous êtes dans le rush des fêtes. Préparez-vous à l'augmentation des ventes en vous approvisionnant à l'avance en meilleures ventes, en matériaux d'expédition et en fournitures de bureau et embauchez des bras supplémentaires. Ensuite, optimisez votre workflow en anticipant les engorgements éventuels. Par exemple, accélérez le traitement des commandes en emballant à l'avance vos meilleures ventes. N'oubliez

pas de prévoir du temps pour les ajustements et autres vérifications de qualité. Il serait dommage que vos clients se souviennent de vous pour les articles erronés ou endommagés qu'ils ont reçus juste avant Noël !

Proposez des promotions sur l'expédition

Pour répartir les expéditions de Noël sur l'ensemble de la période, incitez vos clients à passer commande à l'avance en leur proposant une livraison à bas prix. Commencez la promotion de vos prix spéciaux dès la dernière semaine d'octobre. Voici quelques exemples de promotions :

- Livraison gratuite sur les commandes de 50 € ou plus
- Retours gratuits
- Emballage cadeau gratuit
- Livraison le même jour
- Expédition forfaitaire
- ... sans oublier les promotions que proposent vos concurrents

Assurez-vous de faire connaître ces promotions sur votre site Internet avec des bannières bien visibles sur la page d'accueil. Parlez-en sur les médias sociaux et ajoutez des codes de réduction dans les paniers.

Annoncez les délais de livraison

Outre la mise en avant des offres spéciales de livraison avec des bannières et des e-mails dédiés, affichez un calendrier des expéditions sur votre site pour annoncer les dates d'expédition. Cela rassure les clients et leur permet de savoir quand leurs commandes de Noël doivent être passées. N'oubliez pas que les transporteurs modifient souvent leurs plannings de livraison pour la haute saison. Vérifiez donc les dates d'expédition officielles sur le site Internet de votre transporteur préféré. Si vous effectuez des expéditions à l'international, n'oubliez pas d'inclure les dates de votre transporteur international !

5

Quatre promotions de
fêtes pour booster les
ventes

5. Quatre promotions de fêtes pour booster les ventes

Était-ce bien une publicité pour des promotions de Noël que vous avez vue dans un grand magasin... En septembre ? Vous ne rêvez pas : les promotions de Noël commencent de plus en plus tôt chaque année. Ne soyez pas à la traîne : voici quatre tactiques commerciales qui donneront aux clients envie d'acheter et qui vous permettront de commencer votre saison de Noël sur les chapeaux de roue.

Ventes croisées et montée en gamme

Ces deux stratégies marketing classiques permettront de booster vos ventes. Les ventes croisées (Cross selling) encouragent les clients à acheter plus de produits en leur en proposant des produits complémentaires. Si vous vendez des téléphones portables, utilisez une section « D'autres clients ont également acheté ces articles » pour suggérer un étui assorti ou un chargeur pour voitures.

La technique de montée en gamme (Upselling) convainc les clients de dépenser davantage en ajoutant des fonctionnalités au même produit. En utilisant le même exemple de téléphone portable, les clients à qui l'on propose une montée en gamme augmentent leur espace stockage, personnalisent leur produit ou optent pour une mise à niveau du matériel.

Lots de produits

Les fêtes représentent une opportunité parfaite de regrouper les produits en packs cadeaux. Bien que votre marge par produit soit réduite, rassembler les produits de la sorte augmente la valeur moyenne du panier. Pour créer un pack cadeaux, sélectionnez plusieurs produits complémentaires (voire deux produits similaires), emballez-les à la façon d'un panier cadeau et proposez une promotion spéciale. Les lots de produits encouragent l'achat en permettant au client de ne plus avoir à réfléchir aux cadeaux.

Faites la promotion de vos lots de produits dans une page dédiée de type « Trouver le cadeau parfait pour », ou bien proposez-les en montée de gamme sur les pages produits d'origine.

Ventes flash

Cette stratégie marketing propre au e-commerce a débuté dans les années 2000 et continue de séduire les clients : les produits sélectionnés sont proposés durant une période limitée, puis retirés. Cette technique crée un sentiment d'urgence qui encourage les clients à faire leurs achats tôt, plutôt que de laisser les produits dans leur panier.

Offres spéciales

Les offres spéciales, une stratégie marketing empruntée aux magasins physiques, proposent des promotions importantes sur de courtes périodes. Proposez de grosses réductions tôt dans la journée, et diminuez les réductions à mesure que la journée progresse. Par exemple, les commandes passées avant 08h00 bénéficieront d'une réduction de 30 %, celles de 8h01 à 10h00 25 %, et 20 % après 10h00. C'est une manière efficace d'orienter les clients vers votre site tôt, avant qu'ils ne fassent leurs achats ailleurs.

Promouvoir vos promotions

Il est aussi important d'effectuer une promotion que d'en faire la publicité. Garantisiez la réussite de vos promotions en communiquant sur les promos actuelles et à venir grâce aux médias sociaux, aux e-mails marketing et aux bannières sur les pages d'accueil.

6

Cinq e-mails à envoyer
impérativement pour les
fêtes

6. Cinq e-mails à envoyer impérativement pour les fêtes

Dans quelques semaines à peine, les consommateurs recevront une avalanche d'e-mails promotionnels pour les fêtes, si ce n'est pas déjà le cas ! Voici 5 thèmes d'e-mails qui vous aideront à vous démarquer et 5 conseils pour vous éviter d'être trop insistant !

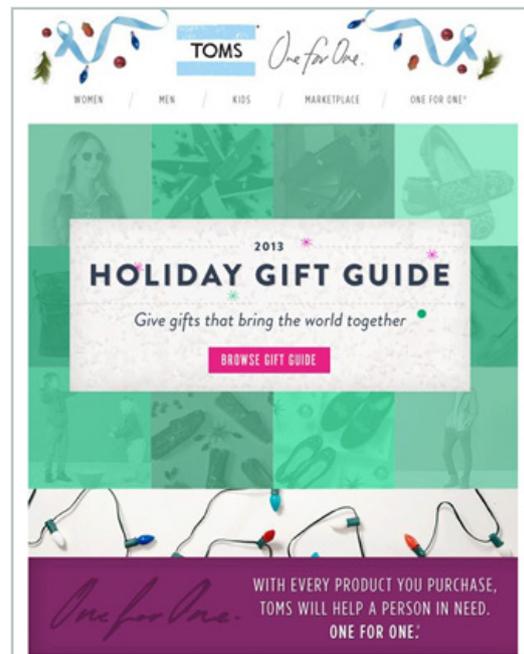
Guide cadeaux

Le guide cadeaux doit être l'un des premiers outils que vous mettez en place lorsque vous préparez la période des fêtes. Il permettra de faciliter les décisions d'achat de vos clients. Par ailleurs, l'envoi d'un e-mail dédié vous permettra d'orienter le trafic exactement où vous le voulez et de booster les ventes.

Réfléchissez aux produits qui feraient d'excellents cadeaux, voire des packs cadeaux, et présentez-les avec des photos et des descriptions attrayantes.



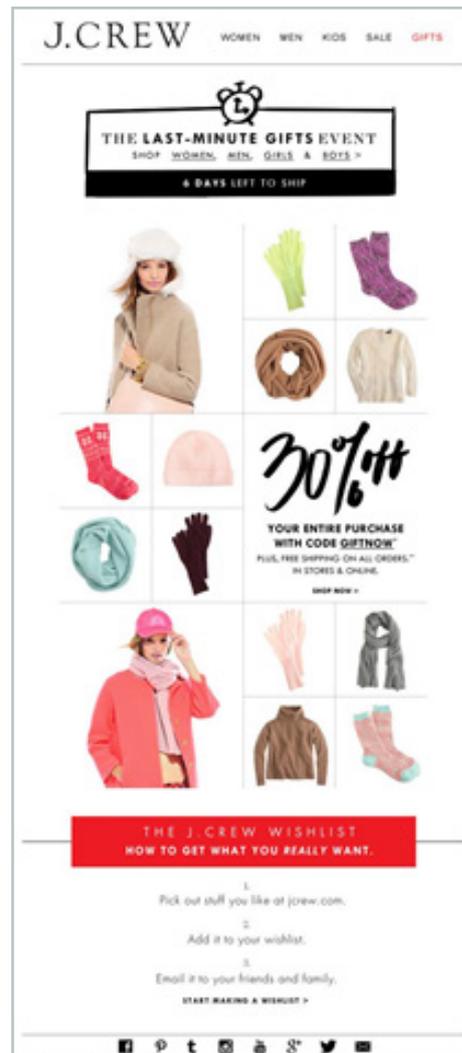
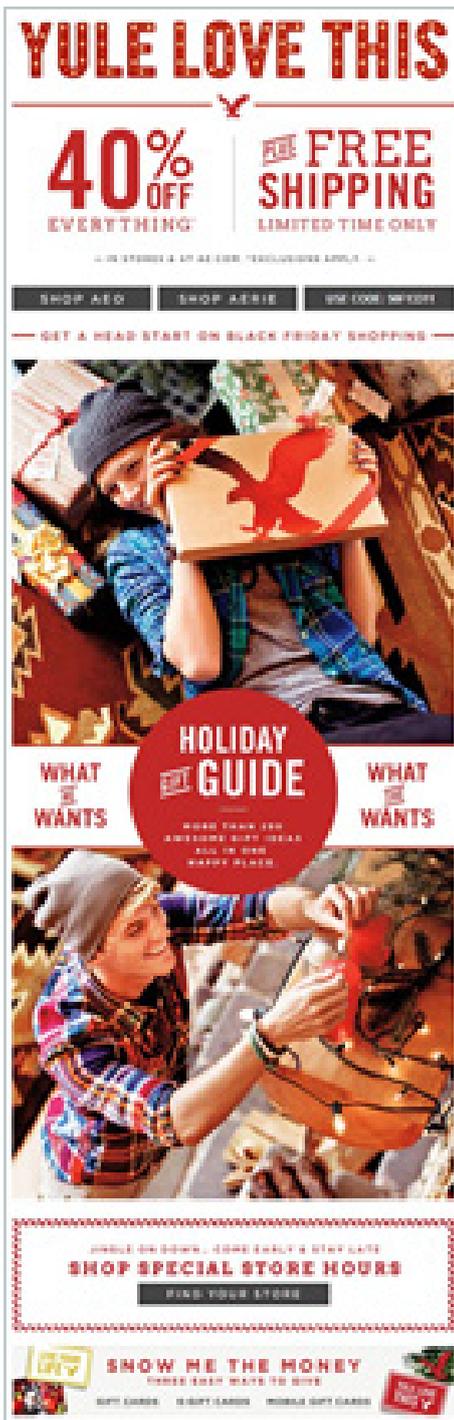
Observez comment Revolve Clothing réinvente parfaitement le guide cadeaux en associant des images de produits très colorés avec un excellent message pour créer un visuel attrayant et axé sur la conversion



Regardez cet e-mail élégant et simple faisant la promotion du guide cadeaux de Tom's

Soldes et promotions

Les clients s'attendent à faire de bonnes affaires pendant la période des fêtes, mais n'oubliez pas d'espacer vos e-mails promotionnels pour maintenir un intérêt élevé. Mettez des informations sur les promotions et les dates dans l'objet de l'e-mail, et utilisez des mots-clés parlants.



N'hésitez pas à vous inspirer de ces e-mails de J. Crew et American Eagle. Ils sont simples, colorés et comportent des rappels de date d'expédition et des liens vers des guides cadeaux - bien plus qu'un simple e-mail de promo

Abandon de panier

De nombreux paniers sont abandonnés par accident, à la suite d'un problème technique ou simplement parce que l'acheteur a été distrait. Pour y remédier, envoyez un e-mail de rappel. Ce type d'e-mail peut vous permettre de garder le lien avec votre client et de finaliser les ventes interrompues. C'est également un excellent outil marketing : si le client est allé jusqu'au panier dans le processus d'achat, il y a de fortes chances pour qu'il soit heureux de recevoir un e-mail de votre part !

TOPSHOP

NEW IN CLOTHING SHOES BAGS & ACCESSORIES MAKE-UP

WE'VE GOT YOUR BAG!

Hi,
We noticed you left your super stylish Topshop items in your bag. Don't miss your chance, continue shopping now and let us bring the style to you.

[CONTINUE SHOPPING](#)

Having issues completing your order? Don't panic! Our customer care team are on hand to help - just call 0844 984 0264. [Calls are charged at local rates].

DESCRIPTION	PRICE	QUANTITY	TOTAL
 PETITE MOTO SHORT DUNGAREES - BLEACH STONE	£38.00	1	£38.00

Subtotal Before Delivery: £38.00 [CONTINUE SHOPPING](#)

STORE FINDER TOPSHOP GIFT CARDS PERSONAL SHOPPING STUDENTS GET 10% OFF

TopShop parvient parfaitement à associer un titre accrocheur, un excellent message et une image attrayante pour encourager les clients à terminer leurs achats

Expédition et emballage cadeau gratuits

L'expédition et l'emballage cadeau gratuits sont des petits plus très appréciés des clients pendant les fêtes. En effet, une [étude réalisée par Deloitte](#) révèle que 66 % des clients considèrent que l'expédition gratuite est un facteur plus important que des prix bas dans leur décision d'achat en ligne. Transformez vos politiques d'expédition et d'emballage cadeau en un argument de vente, et informez-en vos clients à l'avance. Les acheteurs de dernière minute l'apprécieront également, n'hésitez donc pas à programmer des rappels ou à placer une bannière d'expédition gratuite dans votre e-mail de guide cadeaux. N'hésitez pas non plus à offrir à vos clients un petit aperçu de votre emballage cadeau, ou bien la possibilité de choisir les motifs qu'il préfère.

The image shows a promotional email banner for Madewell. At the top, the Madewell logo is displayed with 'SINCE 1937' underneath. Below the logo is a navigation bar with links: 'NEW ARRIVALS', 'THE GIFT WELL GUIDE', 'SHOP ALL', 'DENIM', 'SHOES', 'DRESSES', 'SALE', and 'FIND A STORE'. The main content area is framed by a red and white striped border. In the top right corner, there is a black circular badge that says 'From us to you: 30% OFF YOUR ENTIRE PURCHASE Code: MERRY'. The central text reads 'IT'S NOT TOO LATE... FREE EXPRESS SHIPPING ON ORDERS OF \$250 OR MORE!' in large, bold, red letters. Below this, a smaller line of text says '(Order by noon EST tomorrow and we promise to get it there by 12/24.)'. A black button with white text says 'SHOP GIFTS'. Below the main text, there is a section titled 'ELEVENTH-HOUR GIFT IDEAS:' followed by eight product images arranged in a 2x4 grid. Each image has a caption below it: 'Caru Accessories™ Bracelets', 'Bateau Button Sweaters', 'Wolfum Round Coaster', 'Winter Gloves', 'The Dispatch Card Case', 'Printed Phone Cases', 'Bluestone Statement Necklace', and 'Happy Socks® x Madewell Trouser Socks'.

Madewell rassure ses clients sur les délais permettant de commander à temps pour Noël, leur donne des idées de cadeaux de dernière minute et même une réduction

Vœux

N'hésitez pas à équilibrer vos e-mails promotionnels avec une communication non commerciale afin de maintenir une relation client positive. Créez des e-mails qui favorisent l'interaction en demandant le retour d'expérience du client pour améliorer la relation du client avec votre site, sans augmenter la fréquence des e-mails. Vous pouvez également faire la promotion d'un article de blog ou envoyer des actualités.



CHADWICKS.
Great Style Is Possible

APPAREL TOPS BOTTOMS DRESSES SHOES & ACCESSORIES PETITE, TALL, WOMEN'S CLEARANCE

Fashion Trivia

The Chadwicks edition



Which of the blazers above is the best-seller?

▶ CLICK TO REVEAL THE ANSWER AND
YOUR SPECIAL OFFER!

Chadwicks a utilisé cet e-mail pour impliquer ses clients sans les pousser à l'achat

Astuces pour des e-mails efficaces

Conseil 1. Planifiez

Les e-mails planifiés régulièrement vous permettent de rester dans l'esprit de vos clients. C'est à vous qu'ils penseront lorsqu'ils rechercheront le cadeau parfait, et qu'ils rayeront la dernière personne de leur liste.

- Établissez un calendrier. Programmez les campagnes emailing afin qu'elles coïncident avec vos promotions de fête et les soldes incontournables de la période, comme le Cyber Monday et le Black Friday aux États-Unis.
- Effectuez un suivi. Préparez des e-mails de rappel à envoyer après l'annonce initiale de la promotion.
- Soyez prévoyant. Vous n'aurez ni le temps ni la patience d'écrire des e-mails pendant les fêtes, alors commencez tôt.

Conseil 2. Harmonisez votre look pour les fêtes

Assurez-vous que votre site Internet, vos e-mails et vos publications sur les médias sociaux aient le même visuel. N'oubliez pas de tester vos e-mails sur les supports PC, web et mobiles afin de vous assurer que votre image soit cohérente sur l'ensemble des canaux.

Conseil 3. N'en faites pas trop

Naturellement, vous souhaitez rester connecté avec vos clients pendant toutes les fêtes. Cependant, il ne faut pas qu'ils se lassent de voir votre logo envahir leur boîte mail ou pire, se désinscrire complètement de vos newsletters. Trouvez la fréquence qui fonctionne mieux pour vos clients cibles, ou donnez-leur la possibilité de recevoir des actualités de votre part lorsqu'ils le veulent.

Conseil 4. Soyez LA solution pour vos clients

Pour vos clients aussi, les fêtes sont une période très chargée, ponctuée d'événements et de choses à faire. N'en rajoutez pas en les abreuvant d'e-mails inutiles. Au lieu de cela, réfléchissez à la manière dont votre boutique peut leur offrir une solution : où trouver le cadeau parfait ? Arrivera-t-il à temps ? Ai-je suffisamment de temps pour faire mes achats pour tout le monde ? Définissez vos valeurs, présentez-vous comme un partenaire qui sera à leurs côtés tout au long des fêtes, et qui est bien plus qu'une simple boutique en ligne lambda.

Conseil 5. Personnalisez vos e-mails

Si vous en avez les moyens, pensez à personnaliser vos e-mails avec le prénom de votre client ou la formule d'appel. Ce n'est pas grand-chose, mais cela montre que vous vous intéressez aux personnes qui visitent et font des achats sur votre site.

7

Check-list des fêtes

Check-list des fêtes

Le Père Noël n'est pas le seul à faire des listes. Organisez votre boutique et suivez votre progression grâce à cette check-list des choses essentielles à faire pour la période des fêtes.

GESTION

- Réapprovisionnez vos stocks et vos meilleures ventes
- Approvisionnez-vous en fournitures d'expédition
- Pré-emballez vos meilleures ventes

MARKETING PAR E-MAIL

- Incitez les clients à commencer leurs achats tôt
- Communiquez sur les soldes du Black Friday / Cyber Monday
- E-mails de rappel pour les paniers abandonnés
- Faites la promotion de votre guide cadeaux
- Faites la publicité des cartes cadeaux pour les acheteurs de dernière minute
- Vous n'avez pas trouvé le cadeau parfait ?
- Ciblez les clients qui ont pris de bonnes résolutions pour la nouvelle année
- Faites la promotion des soldes de janvier sur les excédents de stock

SEO

- Articles de blog utilisant des mots-clés de fêtes pour le référencement
- Descriptions produits
- Meta descriptions, tags et titles
- Campagne Google Adwords
- Optimisation du contenu du site Internet

PROMOTIONS

- Remises sur la livraison
- Emballage cadeau gratuit
- Soldes du Black Friday / Cyber Monday
- Ventes flash
- Lots de produits
- Soldes de janvier

CONCEPTION DU SITE INTERNET

- Optimisation de votre moteur de recherche pour trouver facilement des cadeaux
- Création de pages dédiées segmentées
 - Types de clients
 - Prix
 - Cadeaux de dernière minute
 - Petits cadeaux
- Insufflez un esprit de fête au graphisme de votre boutique en ligne
- Faites la promotion des réductions sur la page d'accueil
- Insufflez un esprit de fête au contenu
- Ajoutez un calendrier d'expédition

À propos de PrestaShop

Fer de lance de l'innovation open source, PrestaShop a été fondé en 2007, avec pour objectif de proposer un logiciel e-commerce aux performances inégalées. Aujourd'hui, plus de 200 000 boutiques e-commerce font confiance à la technologie PrestaShop. Notre entreprise fournit une solution logicielle gratuite qui permet aux marchands de créer leur boutique en ligne à un coût minime. La communauté open source PrestaShop comprend plus de 700 000 e-commerçants, développeurs et agences web qui contribuent chaque jour à la plateforme. Grâce à des partenariats technologiques clés, PrestaShop propose plus de 3 500 applications qui fournissent des solutions e-commerce d'excellence. Nos utilisateurs se répartissent désormais dans plus de 163 pays, et notre solution a été traduite en 65 langues. PrestaShop est ainsi le logiciel e-commerce le plus international du marché. PrestaShop a remporté deux fois le prix Best Open Source Business Application de Packt Publishing, a reçu un Bsoco Award européen dans la catégorie 2013 CMS et a été classé Open Source Shopping Cart n° 1 par les EcommerceBytes Sellers Choice Awards 2013. Notre entreprise dispose de bureaux aux États-Unis et en France et est financée par XAnge Private Equity, Seventure Partners et Serena Capital. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.PrestaShop.com

Créez votre boutique en ligne gratuitement avec PrestaShop. Lancez-vous dès aujourd'hui en visionnant notre [démonstration](#) ou en [téléchargeant](#) PrestaShop !

