

Vendre en ligne avec 500 euros ? Et pourquoi pas !

Le chèque France Num, d'une valeur de 500 euros, que l'État a accordé aux TPE pour se numériser, a été utilisé par 112 000 entreprises. Qu'ont-elles fait avec cette somme ?

Temps de lecture : minute

6 janvier 2022

Mise à jour d'un article initialement publié le 27 novembre 2020

Bruno Le Maire avait annoncé à l'automne 2020 une subvention pour soutenir les entreprises pénalisées par les confinements successifs. Elle a pris la forme du chèque France Num, d'un montant de 500 euros, pour aider les commerçants qui souhaitent accélérer leur transformation numérique et basculer une partie de leur activité en ligne. Un pas qu'ils ont été plus de 112 000 à franchir. Avec un coût : "1500 euros en moyenne" , avait assuré le ministre de l'Économie en novembre 2020. En réalité, comme Maddyness l'a montré, la facture est souvent bien plus élevée si l'on tient compte de certains coûts cachés.

500 euros paraît donc une somme bien dérisoire au regard des dépenses à engager. Alors, lancer une plateforme de vente en ligne pour 500 euros, possible ou pas ? Chiche, ont répondu les entrepreneurs, qui en ont principalement profité pour créer un site internet (38%) et réaliser de la publicité en ligne (contenu et visibilité, 31%). De façon plus marginale, la somme a également été allouée à la mise sur pied de solutions de réservation en ligne (7%), l'achat de logiciels de gestion client (7%) ou gestion de caisse (6%) ainsi que d'outils de stockage de données (5%). Si l'enveloppe de 500 euros n'a pas toujours suffi à couvrir l'ensemble des dépenses - le dispositif consistait en un remboursement de frais sur

factures - elle a au moins eu le mérite d'inciter des entrepreneurs jusque-là éloignés du numérique à se lancer en ligne.

Preuve que quelques centaines d'euros peuvent constituer un bon pied à l'étrier, Maddyness a glané les bonnes astuces pour se lancer en ligne rapidement et pour pas cher. Suivez le guide !



À lire aussi

Commerçants, attention aux coûts cachés si vous vendez en ligne

Créer une plateforme de vente en ligne pour 500 euros ? Tout à fait faisable

De nombreuses plateformes ont vu le jour ces dernières années pour permettre aux commerçants d'investir le créneau du e-commerce facilement et rapidement mais surtout à moindre coût. Et depuis le début de la crise, les pouvoirs publics, collectivités locales en tête, ont eux aussi pris le problème à bras le corps en leur donnant la possibilité de se faire référencer gratuitement sur certaines places de marché locales - la collectivité prenant alors à sa charge les frais liés à l'inscription et à

l'abonnement durant la période de confinement.

Une solution particulièrement économique, y compris lorsque les aides s'arrêtent : une fois les frais d'inscription couverts, les abonnements sont généralement compris entre 30 et 60 euros HT par mois. Le chèque de l'État permettrait donc de couvrir entre 6 et 12 mois d'abonnement. Attention néanmoins : la contrepartie réside à la fois dans les commissions sur les ventes qui se révèlent particulièrement élevées (entre 5 et 15% pour la plupart des plateformes) et dans le peu de support client proposé. *"Si l'idée est d'avoir un site e-commerce qui tient la route, les solutions gratuites remplissent leur objectif"* , souligne Romain Ogiela, fondateur de Shipup, startup de la logistique qui accompagne notamment des commerçants qui diversifie leur activité en ligne. *"Mais elles présentent un support moindre et des outils moins performants. Elles nécessiteront, pour ceux qui veulent monter en puissance en e-commerce, de résoudre les problèmes au fur et à mesure de leur croissance et d'y consacrer un peu plus de temps."*



À lire aussi

Convertir les commerces au numérique : plus facile à dire qu'à faire

Lorsqu'il s'agit de créer son propre site de vente en ligne, les experts sont formels : la solution canadienne Shopify reste le *must*. *"Il n'y a pas besoin d'avoir des connaissances techniques pour l'utiliser, elle permet de créer un site très facilement et présente de nombreuses possibilités d'intégration avec d'autres outils pour ceux qui veulent développer leur activité en ligne"* , égrène Romain Ogiela. Et tout ça pour un budget mini : la première formule d'abonnement est proposée à 29 dollars par mois (environ 24 euros), avec une commission de 2% sur les ventes. Dans ce cas, le chèque de l'État permettrait ainsi de couvrir environ 20 mois d'abonnement.

Gérer la logistique pour 500 euros ? Possible mais pour une courte durée

C'est là que le bât blesse. La plateforme en ligne est lancée et, génial, les premières commandes sont enregistrées ! Reste maintenant à assurer la livraison. Si les commandes ne dépassent pas plus de quelques dizaines de colis par mois et que le ou la commerçant·e dispose d'un espace de stockage dans sa boutique, il ou elle peut assurer l'expédition. Il faut prévoir un peu de budget pour acheter des cartons et éventuellement des éléments de packaging puis il ou elle peut recourir aux services de l'entreprise française Boxtal. *"Elle donne accès à une quinzaine de transporteurs, présente l'avantage de massifier les volumes d'envoi et donc de proposer des prix moins élevés que si le commerçants achetait la prestation en direct chez le transporteur et permet de changer facilement de transporteur si besoin"* , liste Romain Ogiela.

Envoi et suivi de colis à l'unité à partir de 3,60 euros HT ou gestion des expéditions si les volumes sont plus importants : Boxtal propose un panel de services pour les livraisons en France, en Europe et même à l'international. Le chèque de 500 euros de l'État sera loin d'être suffisant pour couvrir les coûts logistiques sur plusieurs mois en cas d'afflux de

commandes mais il constituera une mise de départ. *"L'idée est aussi que cela serve à amorcer la croissance du chiffre d'affaires... qui pourra ensuite être réinvesti dans des solutions à plus grande échelle"* , note le fondateur de Shipup.

Et, pour les e-commerçants qui verraient leur activité se développer et passer le cap de la centaine de colis par mois à expédier, de nouveaux défis se présentent. *"À partir de 100 à 200 colis par mois, cela devient difficile de gérer la logistique directement en boutique, c'est une activité à part"* , constate Romain Ogiela. Heureusement, les solutions ne manquent pas ! *"Cubyn, Wing, ou Bigblue s'occupent du stockage et du packaging, de l'étiquetage, de la communication avec le transporteur... Le commerçant n'a plus grand chose à faire."*

Surtout, ces solutions permettent de payer à l'envoi, sans aucune charge fixe. De quoi ravir les commerçants les moins aguerris au e-commerce qui ne souhaiteraient pas s'encombrer d'un abonnement sans avoir de visibilité sur leur volume d'activité. Seule contrainte : les trois entreprises imposent un nombre d'envois minimum par mois (entre 150 et 300, selon les startups). La subvention publique ne permet plus à ce stade de couvrir les frais, même pour un seul mois. Mais c'est normalement le moment où le chiffre d'affaires généré par les commandes, lui, peut le faire !

Doper son référencement pour 500 euros ? Chiche !

Avoir une plateforme de vente en ligne, c'est bien ; la faire connaître, c'est mieux ! Faut-il forcément avoir un budget de plusieurs milliers d'euros pour cela ? *"Si l'activité porte sur un segment peu concurrentiel, avec 500 euros, on peut faire beaucoup de choses"* , tranche David Groult, responsable SEO de l'agence Open Linking. L'essentiel est de bien identifier son besoin et de calibrer au plus juste ses demandes. *"Le SEO peut répondre à différents besoins : augmenter son chiffre d'affaires*

grâce à un trafic qualifié avec un potentiel de conversion important ; gagner en notoriété ou en visibilité... Avec un budget limité, il vaut mieux aller à l'essentiel et se concentrer sur quelques pages stratégiques susceptibles de générer des ventes plutôt que sur des requêtes génériques longue traîne."



À lire aussi

Comment arrêter de gaspiller son budget de référencement SEO ?

Pour tirer le meilleur parti de ces 500 précieux euros, mieux vaut donc *"bien choisir sa stratégie de mot-clé"* , observe David Groult. L'expert conseille donc d'effectuer un premier test de quelques dizaines d'euros sur Google Ads *"pour valider la pertinence du mot-clé"* grâce au trafic généré avant de déployer une stratégie SEO sur celui-ci à plus grande échelle. Attention aussi à ne pas vouloir reproduire les stratégies (certes gagnantes) des grands acteurs du e-commerce.

"Il ne faut pas se positionner sur des requêtes impossibles sur lesquelles le commerçant aura de grandes marques comme concurrents. Mieux vaut privilégier des mots-clés moins stratégiques pour ces acteurs." Pour ce

qui concerne votre positionnement longue traîne, un tel budget vous imposera de recourir au *do it yourself* : *"Ecrire 1200 mots sur la bonne requête, cela prend beaucoup de temps ou a un coût ; mais le contenu peut être traité en interne, par le commerçant afin d'économiser sur la prestation SEO"* , souligne François Besson, responsable Contenu de l'agence 1ère Position.



À lire aussi

La Bible du référencement Google (SEO) : Tout ce qu'une startup doit savoir

Pour celles et ceux qui privilégieraient le SEA, rappelez-vous que *"contrairement au SEO, quand il n'y a plus de budget, tout s'arrête"* . Et les 500 euros seront vite épuisés... D'autant que *"le problème d'une aide, si elle est utilisée de la même manière par tous les bénéficiaires, c'est qu'elle va générer de la concurrence et que les enchères vont augmenter"* , explique David Groult. Le SEA est donc à privilégier *"si le commerçant a besoin de générer du trafic et de la trésorerie à court terme"* .

Les plus aventureux·ses ou qui souhaiteraient monter en compétence sur

cette question investiront plutôt ces 500 euros dans un module de formation en ligne dédié au SEO. *"Difficile de trouver une prestation d'accompagnement pour 500 euros, reconnaît David Groult. Mais une formation très pratique ou du coaching donneront au commerçant les clés pour choisir le bon mot-clé par rapport à son contexte concurrentiel. Ce sera un premier pied à l'étrier et de premiers conseils pour avancer et générer du chiffre d'affaires qui pourra être ré-investi."*

Plutôt que d'acheter un beau poisson à 500 euros, misez sur une canne à pêche solide et une formation pour apprendre à vous en servir : vous mangerez un peu plus tard mais beaucoup plus longtemps !

Article écrit par Geraldine Russell