

Table des matières

<u>1 La présentation de votre société.....</u>	<u>2</u>
<u>2 La prévention des inquiétudes.....</u>	<u>3</u>
<u>3 Maintenir cette confiance sur le long terme.....</u>	<u>3</u>

Introduction

Nous savons que les causes de départ d'un internaute sont nombreuses. Notre devoir est de veiller à en supprimer un maximum.

Pour que votre site e-commerce prospère, un climat de confiance entre l'internaute et votre société est nécessaire. En effet, si une réelle confiance existe, cela permet des commandes florissantes et une fidélisation des clients.

Ainsi, ce dossier a pour objectif de vous apporter les éléments à ne pas occulter si vous souhaitez rassurer vos clients efficacement.

1 La présentation de votre société

La première condition à remplir pour rassurer vos clients est de **réaliser une présentation de votre société**. Que ce soient la composition de votre équipe, vos engagements, ou encore la manière dont vous sélectionnez les produits présents sur votre site ; rien ne doit être oublié.

Si vous disposez d'un point de vente physique, mettez-le en avant sans hésiter. Pour cela, vous pouvez **ajouter des photos des locaux** et même **un plan** qui en facilite l'accès pour les clients désireux de s'y rendre directement, peut-être même avec d'autres clients potentiels.

Si vous ne souhaitez pas recevoir de clients dans vos locaux (travail à domicile, locaux de stockage, ...), veillez tout de même à **rester en contact** avec eux. Pour ça, vous pouvez :

- Afficher votre numéro de téléphone.
- Installer un module de discussion instantanée permettant de communiquer avec vos conseillers.
- Proposer un formulaire de contact.

Tous ces moyens doivent être clairement visibles sur chacune de vos pages : pensez donc à les illustrer par des images.

Il est très important que les internautes sachent qu'ils peuvent vous contacter facilement en cas de questions ou de besoin de précisions sur un produit ou un mode de livraison par exemple. Certains visiteurs peuvent même vous contacter simplement pour vérifier que vous serez joignable en cas de problème suite à leur commande.

Gardez en mémoire qu'un client satisfait devient un prescripteur de choix pour convaincre de nouveaux acheteurs. En effet, aucune communication n'est plus efficace que la recommandation d'un tiers.

2 La prévention des inquiétudes

Lorsqu'un internaute arrive à l'étape de finalisation d'une commande, il lui arrive très souvent de craindre que celle-ci se déroule mal.

Il peut être inquiet concernant plusieurs points comme, par exemple :

- La garantie de conformité du produit au moment de sa réception.
- Le bon conditionnement du produit durant son transport.
- Les possibilités de remboursement en cas d'anomalie.

Ces inquiétudes peuvent être nombreuses, et il convient donc de **les anticiper** afin d'y **répondre** avant qu'elles ne fassent renoncer vos clients à commander.

Pour cela, vous retrouvez les pages dites « institutionnelles » du type informations de livraisons, informations de paiements, conditions générales de vente, mentions légales...

Vous disposez également d'une page « Nos engagements » qui vous permet **d'énumérer vos points forts** (exemple : qualité de vos produits, rapidité de livraison, possibilité de remboursement...)

Faites en sorte de soigner toutes ces pages et de les placer à des emplacements stratégiques pour qu'elles demeurent les plus rassurantes possibles.

Vous pouvez aussi créer des rubriques d'aide du type « Foire Aux Questions » ou encore « Comment Commander ? » pour les internautes débutants.

3 Maintenir cette confiance sur le long terme

Gagner la confiance d'un internaute le temps de sa commande est un excellent point.

Maintenant, il s'agit de **la conserver** dans l'optique de le faire devenir un client fidèle, qui vente les mérites de votre site et le recommande.

Afin d'y parvenir, en plus d'expédier sa commande rapidement et avec précaution, vous devez **le tenir informé de l'avancement de la livraison jusqu'à sa réception** :

- Envoyez des e-mails à chaque étape de traitement de commande (gestion automatique sur PowerBoutique).
- Annoncez y les étapes à venir.
- Mettez en place un lien de tracking une fois la commande expédiée pour que le client puisse suivre son colis en direct.

Annoncez tout problème lors de la livraison. En effet, un client acceptera plus facilement un retard si vous l'annoncez.

Les objectifs du respect de ces conseils sont les suivants :

- Matérialiser votre présence.
- Supprimer la distance que le web crée entre les internautes et vous.
- Replacer le côté humain nécessaire pour bâtir un lien solide de confiance.