

50 trucs et astuces des meilleurs vendeurs



SOMMAIRE

- Avant-propos
- La promotion online de son entreprise
- La promotion offline de son entreprise
- Présentation des boutiques et articles
- Savoir fidéliser ses clients
- Les réseaux sociaux
- En savoir plus



Jarretière par Joliejye

Avant-propos

Sur le forum d'ALittleMarket où se réunissent de nombreuses créatrices, il est de plus en plus fréquent de lire des sujets sous forme d'appels à l'aide : « Je n'arrive pas à vendre », « Trois mois que ma boutique est ouverte et toujours rien, help ! », etc.

Réaliser des vêtements, des bijoux, des articles de décoration, seul(e) chez soi est une chose. Arriver à se faire connaître sur l'immensité de la toile et parvenir à vendre en est une autre. Au moment de la préparation de ce dossier, il y a par exemple plus de 370.000 bijoux proposés à la vente. Colossal ! Et ce chiffre grandit chaque jour un peu plus.

C'est donc **une concurrence de plus en plus nombreuse** et de plus en plus affûtée qui arrive sur le site. Chaque point de différenciation donnera lieu à une lutte acharnée : photos, titres, descriptions, prix, service, ...

Parmi toutes les créatrices présentent sur le site, il y en a certaines qui parviennent à tirer leur épingle du jeu. Leur expérience, leur sens du commerce et de l'observation leur ont permis de faire partie des meilleurs vendeurs(ses) sur ALittleMarket et sur Internet. Elles ont bien voulu partager quelques uns de **leurs meilleurs trucs et astuces.**

J'ai sélectionné **cinq thèmes majeures : Se faire connaître, être vu sur Internet et sur ALittleMarket, fidéliser ses clients et savoir utiliser les réseaux sociaux.** Pour chacune de ces thématiques, les meilleures vendeuses d'ALittleMarket vous dévoilent une partie de leur recette et de leurs astuces. Je les en remercie chaleureusement et vous invite à découvrir et partager à votre tour ces conseils.

Jérémie Chosson
marketingfaitmain.fr



Je m'appelle Jérémie Chosson, j'ai 32 ans. Commerçant de formation, je travaille dans la vente depuis plus de dix ans. Je me suis également occupé pendant deux ans de la marque de prêt à porter Louisa Bonheur en animant sa présence sur le web.

Sur mon blog, marketingfaitmain.fr, je vous fais partager mon expérience et mes conseils pour vous faire connaître et développer vos ventes.

Pour me suivre sur Internet :
blog : marketingfaitmain.fr

Faire la promotion de sa marque sur Internet

1) Facebook est un formidable outil de promotion : il permet de faire découvrir et de partager son univers et de **créer un réseau** de facebookiens aux sensibilités et aux goûts semblables.

Mamzififine

2) La publicité sur internet me prend pas mal de temps, à chaque mise en ligne d'une nouvelle création c'est le même processus qui prend place : partage du lien sur Facebook, dans les groupes Facebooks, sur Twitter, Pinterest et Kaboodle.

Je rédige aussi régulièrement des articles sur mon blog pour présenter mes nouvelles créations suivant un thème : les mariages, la fête des mères, Noël ou encore la St Valentin. Mon blog ne se consacre pas uniquement à ce qui se passe dans mon atelier, mais concerne aussi mes petites recettes perso. Sur mon blog, je tiens à rester naturelle et à partager tout ce qui me tient à coeur.

De temps en temps, pour annoncer des soldes par exemple, ou en début de saison, **j'envoie un mailing à mes clients** pour leur annoncer la nouvelle.

Joliejye

3) J'utilise mon blog pour faire de la publicité pour ma toute jeune marque. Cependant, il est utile de **se manifester un peu partout sur la toile (commentaires, forums...)** pour élargir sa clientèle !

Mylittlebow

4) Je me suis inscrite dans plusieurs forum (magic maman, marie claire idée, cosmopolitain, doctissimo, créateur de mode) afin de créer du lien et faire parler de moi. Un truc simple mais essentiel tartinez vos textes du nom de votre marque. Même si ça paraît rébarbatif, il faut écrire le plus possible le nom de votre marque de partout afin de booster le référencement naturel et toujours ajouter le lien vers votre boutique ou votre blog.

Anelie-polka

5) J'utilise notamment les sites d'annonce pour communiquer sur mon travail.

Nellyousra-home-deco



Anélie-polka vend de nombreux articles destinés aux bébés et aux enfants.

http://www.alittlemarket.com/boutique/anelie_polka

Mon avis...

De vrais photos de bébés et d'enfants ! Cela change des baigneurs et des mannequins trop souvent vus sur ALittleMarket. C'est incontestablement le gros point fort de cette boutique.

Toutes les photos sont simplement mises en scène mais font mouche.

6) Avant tout, il faut avoir bien en tête que nous sommes malheureusement un peu perdus dans la masse sur la toile ;) Il faut donc parler de soi en permanence. **Une page Facebook et un blog constituent un minimum.** A condition de les faire vivre régulièrement, et de renvoyer vos lecteurs/fans de l'un vers l'autre !

Cereza-deco

7) **Le truc simple en efficace : la signature automatique** de tous vos messages avec prénom, adresse du site et surtout le lien !

Pas-si-sages

8) Face au flot de créateurs qui se pressent sur Internet, **avoir uniquement sa propre boutique en ligne est délicat.** Il faut, au moins pour démarrer, passer par la création de boutiques sur des sites comme ALittleMarket pour aider à se lancer.

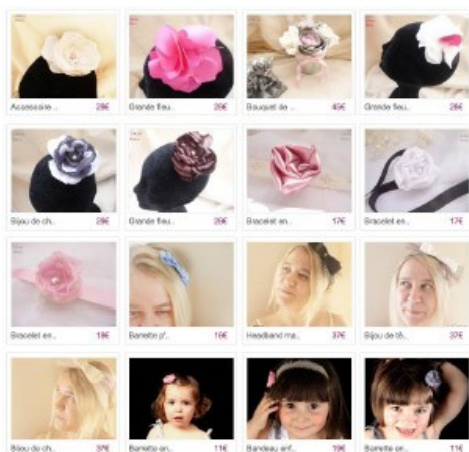
Les dormeuses de Madapolam

9) **Créer un blog me semble nécessaire.** On n'y publie pas que l'actualité de sa marque et la sortie de nouvelles créations. Mais on y parle, selon son domaine, de mode, de bijoux, d'art, de photographie. L'idée est de faire venir du monde sur son blog grâce à des sujets précis ne traitant pas de son travail personnel. En fidélisant ces visiteurs, ils reviendront sur le blog et finiront également par découvrir notre travail de créations et finiront peut-être par acheter.

Louisa Bonheur

10) **Je tiens un blog autour de ma marque.** Cela apporte beaucoup plus de visibilité qu'un simple site « vitrine ». J'y présente bien entendu mes nouveautés, mes dates de marché... mais je dirais que c'est 1/3 du blog. Le reste est consacré à la présentation d'autres créateurs, aux bonnes trouvailles, à mes humeurs...

L'Indiscrete



Cereza-deco propose plein d'accessoires et d'articles de décoration. Notamment autour du thème du mariage http://www.alittlemarket.com/boutique/cereza_deco

Mon avis...

Les descriptions sont excellentes, tant sur la forme que sur le fond. C'est clair, bien aéré et plein d'informations sans être rébarbatif. Il y a des indications sur les matières, les couleurs, les dimensions et même des conseils d'entretien.

Bien sûr, les mots-clés sont parfaitement distillés. On les retrouve aussi bien dans la description que dans le titre de l'article.

Faire la promotion de sa marque sur Internet

« Lors de mes études, l'intervention d'un professeur m'avait marqué. Il parlait des trois points cruciaux à connaître lors de l'ouverture d'un point de vente physique : d'abord l'emplacement de la boutique, puis son emplacement et enfin l'emplacement.

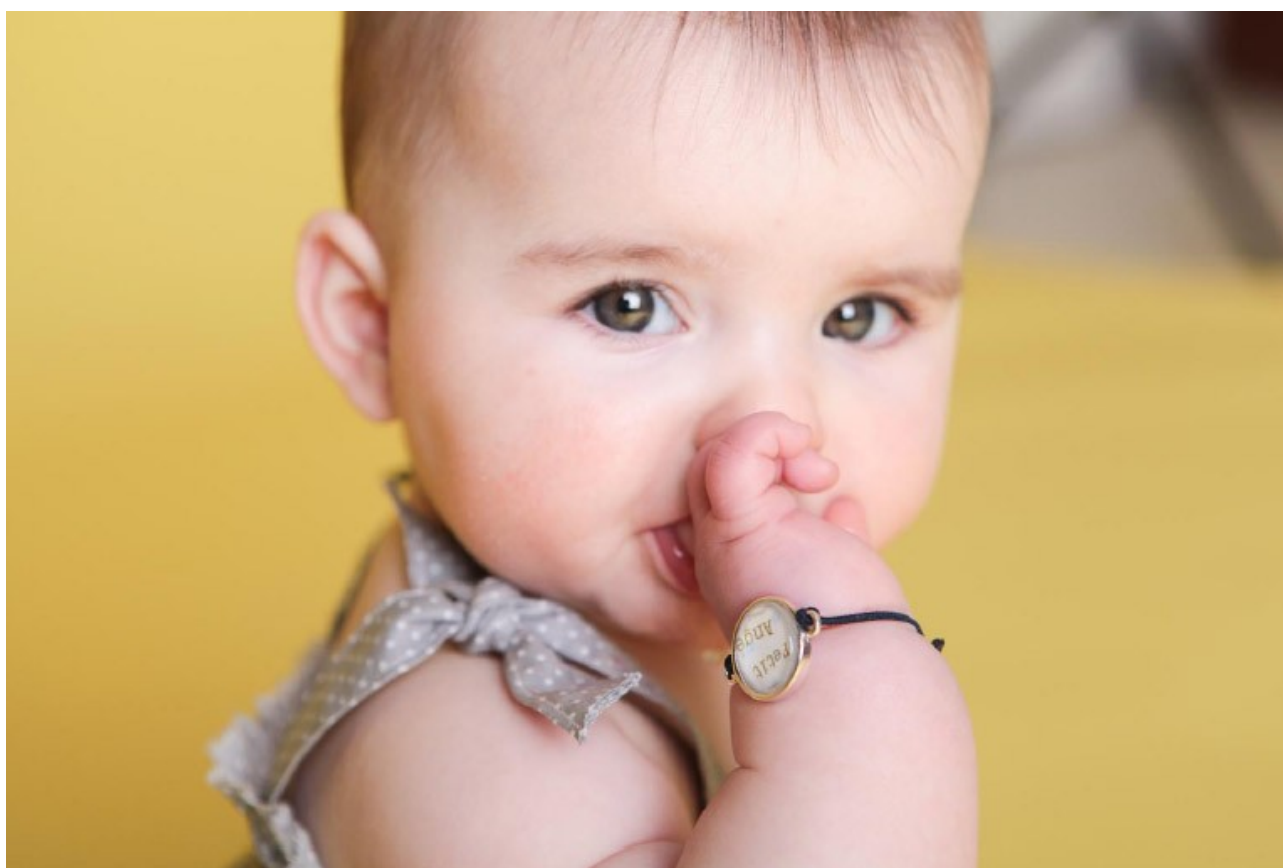
Avant le prix, avant la qualité de la marchandise, avant le service, il y a un élément décisif au succès de votre commerce. C'est l'emplacement et la visibilité qui en découle. Cette même règle d'or s'applique au e-commerce. Il vous faudra être visible pour réussir.

Ce travail se fera par le savant mélange de deux éléments.

Technique tout d'abord. Maîtriser quelques rudiments d'Internet et de ses outils est un basique qu'il faudra étendre par un apprentissage régulier de nouveaux éléments. Être curieux, à l'écoute et soucieux d'en apprendre chaque jour un peu plus sur la dimension technique d'Internet est essentiel.

Un e-commerçant est aussi un bricoleur de la toile.

Votre succès sur Internet sera enfin le fruit d'un acharnement régulier à parler de votre activité partout où il vous sera possible de le faire : sur les réseaux sociaux (j'en parle plus loin dans ce dossier) mais aussi et surtout sur votre site et/ou blog. Ce dernier outil doit être votre bastion, la forteresse de votre présence sur Internet. »



Bracelet par Anélie-polka

Faire la promotion de sa marque sur Internet

1) La participation à des salons, des marchés artisanaux ou encore des festivals permettent de rencontrer un public qui ne va pas naturellement vers internet. C'est bien sur l'occasion de vendre mais aussi de distribuer des cartes de visites pour faire connaître sa boutique sur internet.

Mamzlfifine

2) Il y a plusieurs années je participais aux salons, marchés de créateurs et était distribuée dans plusieurs points de vente. Mais ces systèmes ne me conviennent pas, je préfère me concentrer sur mes boutiques en ligne, leur système me convient davantage. Elles m'offrent plus de flexibilité, et aussi de réactivité pour répondre aux commandes sur mesure de mes clientes. Je suis aussi en préparation de mon propre site internet pour la rentrée prochaine.

Joliejye

3) Il est très important de fidéliser ses clients avec de jolies cartes de visites par exemple. Mais ce qui marche le plus c'est le bouche à oreille, si les clientes sont satisfaites, elles en parleront forcément !

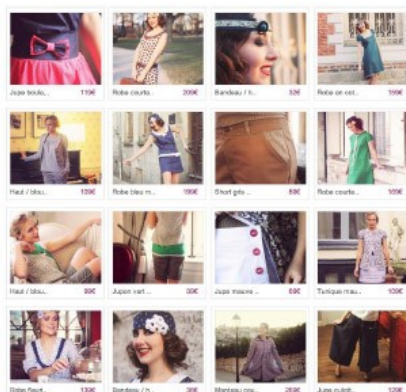
Mylittlebow

4) Je fais faire un reportage photo pro deux fois par an (budget environ 150 à 200 euros). Cette année je suis également passée par un graphiste. Il m'a créé un petit flyer format carte postale sur laquelle je fais apparaître une offre promotionnel pour mes bijoux. Sur présentation du flyer, je fais une réduction de 10% sur les bijoux personnalisés. Il m'a également créé un petit press book qui présente mon travail et raconte ma démarche artistique. Enfin, il m'a créé deux kakemono que j'accroche sur mes stands et même en vente privée. C'est super (joli, solide, visible). Enfin, je me suis créé un super livre photo pour le présenter au client je fais craquer tout le monde avec mes photos (monalbumphoto.com).

Anelie-polka

5) Je distribue de cartes de visite, des brochures, et essaye d'être présente dans un [magasin de loisirs créatifs](#) de décoration et de design.

Nellyousra-home-deco



Louisa Bonheur est une marque de prêt-à-porter féminin. Tendance rétro et romantique.

<http://www.alittlemarket.com/boutique/louisabonheur>

Mon avis...

Les photos sont d'exceptionnelle qualité, impression très professionnelle. Les vêtements sont également joliment mis en scène.

A noter la présence d'un numéro de téléphone, présent en haut, directement dans la présentation de la boutique. Un gros plus qui peut rassurer les clientes au moment de commander.

6) Il faut **être capable de parler de sa marque en toute circonstance** ! Si vous n'avez pas encore les moyens de vous offrir les services d'un attaché de presse : travaillez votre elevator pitch ;) Il s'agit d'apprendre à présenter sa marque en 30 secondes en donnant envie à votre interlocuteur d'en savoir plus. Un exercice pas si évident que cela ;)

Cereza-deco

7) Ne pas hésiter à utiliser le bouche à oreille, les recommandations des clientes satisfaites en les invitant en primeur aux ventes. **Une cliente satisfaite est la meilleure des cartes de visites !**

Pas-si-sages

8) **Faire des salons permet de rencontrer plein de monde**, d'avoir un retour direct sur les produits et de faire sa promo en distribuant des cartes de visites.

Les dormeuses de Madapolam

9) Dès qu'une actualité autour de la marque semble pertinente, **il ne faut pas hésiter à communiquer auprès de la presse**. Notamment la presse locale qui est friande de ce genre de sujets.

Louisa Bonheur

10) En début d'année, **j'ai envoyé à toutes mes clientes et à mes contacts professionnels, une carte pour leur souhaiter mes bons vœux**. J'ai eu plein de bon retours et des commandes ont été passées après ça.

Louisa Bonheur



Pas si sages propose plein de bijoux de couleurs.
http://www.alittlemarket.com/boutique/pas_si_sages

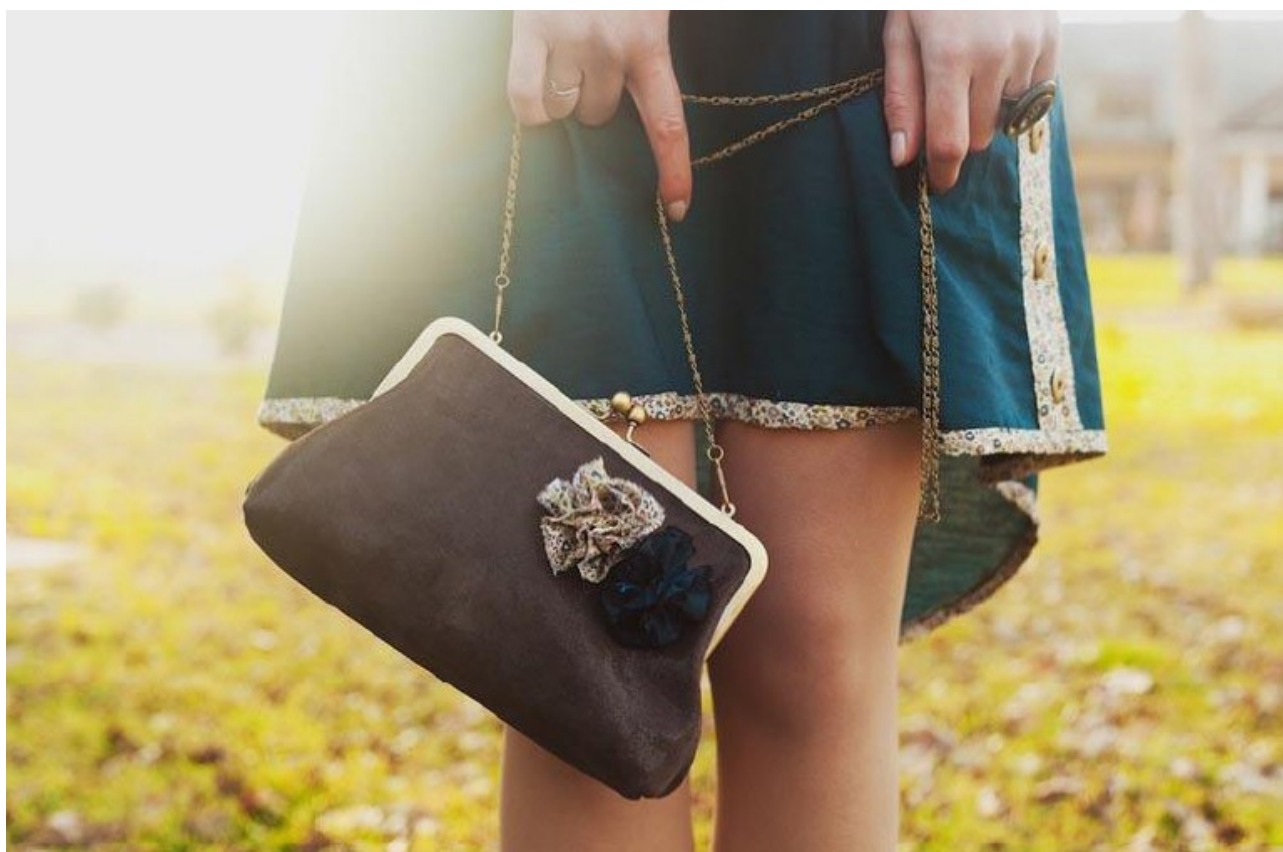
Mon avis...

La créatrice propose un très grand choix de créations. Quelle production !

Ses évaluations mettent en avant la qualité de la relation que ses clientes semblent avoir avec elle. C'est un gros point fort !

Faire la promotion de sa marque hors d'Internet

« Le commerce est d'abord l'histoire d'une relation entre un commerçant et ses clients. Oublier cette dimension humaine, c'est se couper de la réalité et risquer de perdre de vue ce qui est à la base de ce métier : l'échange. La présence sur les salons de créateurs, les festivals est une très bonne chose. Pensez également aux ventes privées et aux salons professionnels. Plein de bons conseils vous sont donnés ci-dessus. Tous ont comme dénominateur commun de vous faire sortir d'Internet pour exister, « en vrai ». »



Sac par L'Indiscrète

Réaliser une présentation percutante de sa boutique et de ses créations

1) Une création doit avant tout être photogénique ! Elle doit accrocher le regard et inciter le client potentiel à glisser vers le descriptif de l'article. Ensuite, la description est toute aussi importante : clair, précis et si possible personnel et attractif ... **Un peu d'humour ou de poésie qui confèrent à l'article « Un p'tit quelque chose » d'unique, de différent.**

Mamzlfifine

2) Lorsqu'il s'agit de décrire une création, il faut **toujours se mettre à la place du client qui ne peut pas toucher l'objet**, elle doit être simple claire et précise. Il faut aussi mettre la création en situation à travers les photos.

Les mots clef sont ce qui m'ont donné le plus de travail, mais ALM offrent suffisamment de guides pour nous permettre d'en tirer le meilleur parti.

Les moyens de paiements à accepter doivent être le plus larges possible pour s'adapter à votre clientèle.

Joliejye

3) **Je soigne énormément la qualité de mes photos** ainsi que la description des mes articles. C'est vraiment une étape à ne pas négliger ! Les gens ont besoin de voir l'objet sous toutes ses formes et savoir exactement s'il est à leur taille, de la même couleur que les photos etc...

Mylittlebow

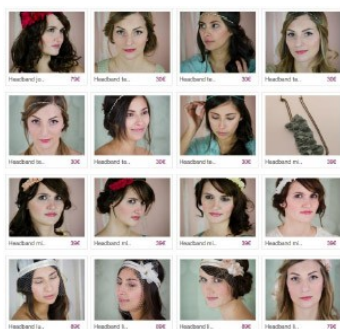
4) Les mots clés sont supers importants, plus il y en a plus le moteur de recherche vous repère.

Un autre truc : **j'essaie de rentrer des produits une fois par semaine**. Ca ne sert à rien de les mettre en ligne tous à la fois. Vous pouvez programmer leur mise en ligne au moment de la création du produit. Programmer un produit par jour et tous les jours, vous apparaitrez en haut du moteur.

Anelie-polka

5) **Je me concentre sur de belles photos et des annonces courtes et bien décrites.**

Nellyousra-home-deco



Les dormeuses de Madapolam vend des bijoux et accessoires de tête.
http://www.alittlemarket.com/boutique/les_dormeuses_de_madapolam

Mon avis...

Gros travail sur les photos. Un premier cliché met en scène l'article puis il est posé sur un fond neutre.

D'autres photos montrent ensuite les détails. Très belle unité d'ensemble.

Faites de belles photos ! Travaillez la présentation de vos créations sous une belle luminosité, jouez avec de petites mises en scène, mettez en valeur : bref, donnez envie à vos clients potentiels !

Cereza-deco

Se tenir à un code couleur, une typographie, un visuel facilement reconnaissable qui fera votre signature... Et si possible le plus originale possible sans pour autant virer au ridicule... Essayer également de mettre vos produits en situation !

Pas-si-sages

Les photos ! Très importantes pour arriver à se démarquer des nombreuses autres créations.

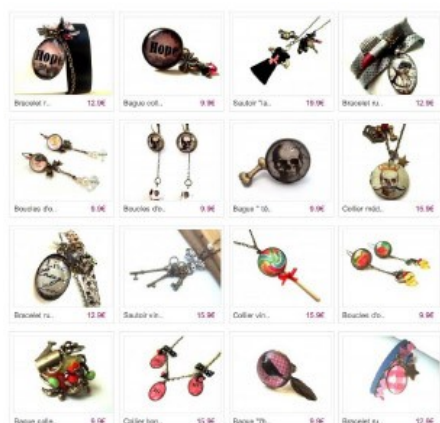
Les dormeuses de Madapolam

Sur ALittleMarket, **il est possible de rajouter du code HTML pour les descriptions.** Sans rentrer dans des détails trop compliqués, il est possible de mettre du texte en gras, en couleur voir même rajouter des photos ou des vidéos.

Louisa Bonheur

Faire de belles photos est une des choses les plus importantes. Il faut à la fois que ce soit une jolie photo avec un univers mais aussi que ça attire l'oeil dans une miniature. Les clients voient d'abord vos créations en miniatures dans un flot d'autres miniatures ! Mais il ne faut trop embellir non plus, si votre photo n'a plus rien à voir avec votre création, cela peut poser problème.

L'Indiscrète



Mamzififine vend des bijoux tirés d'un univers vintage et rétro.

<http://www.alittlemarket.com/boutique/mamzififine>

Mon avis...

Les titres et descriptions des créations fourmillent d'informations. Parmi les autres bons points : des frais de port tout petits, un délai d'expédition express et des photos très efficaces !

Réaliser une présentation percutante de sa boutique et de ses créations

« Faire venir les visiteurs sur votre boutique, c'est bien. Leur donner envie d'acheter est une toute autre chose. Les faire cliquer sur le bouton « Acheter » de la fiche de présentation est une autre étape. Mais là encore, rien n'est fait. Car une récente étude démontrait notamment que plus de 50% des mises au panier étaient abandonnées.

Chaque élément de présentation de votre boutique et de vos créations doit être pensé et repensé. Observez les bonnes pratiques. Tapez les recherches susceptibles de faire ressortir vos articles pour voir ce qui permet à vos concurrents de se retrouver finalement en meilleure position. ALittleMarket propose des fiches de présentation plutôt ergonomiques et bien pensées. Mais vous avez aussi la possibilité d'apporter des modifications qui feront la différence.

Il vous est notamment possible de fortement personnaliser le champ « description » en rédigeant vos fiches au format HTML. Avec des mises en gras, l'ajout de photos ou de vidéos, vous aurez de beaux moyens pour vous différencier. »



Bracelet par Mylittlebow

Fidéliser vos clientes et les inciter à recommander

1) Il faut **créer du lien, rassurer le client et personnaliser l'achat**. Pensez à confirmer la commande, remercier, commenter le choix du client, confirmer l'expédition, l'accompagner tout au long de la vente.

J'aimerais parler également du packaging qui est presque aussi important que la création. L'emballage doit être à la hauteur de la création. Le client doit avoir l'impression de recevoir 'un cadeau accompagné d'une jolie carte de visite et d'un message personnel.

Mamzlfifine

2) **Chaque message reçoit toujours une réponse rapide**, en général dans l'heure, et cela même les week-ends.

Lorsqu'une vente s'opère, je remercie mon client et lui indique que sa commande va être rapidement préparée. Lorsqu'elle est prête je lui transmet le numéro de suivi de son envoi. Si c'est une commande groupée, je n'oublie jamais d'y ajouter un petit cadeau. Chaque création est soigneusement emballée, et prête à être offerte dès réception !

Joliejye

3) Il est sûr que si j'achète quelque chose sur un site et que j'ai **un code de réduction sur les prochaines commandes**, ça pousse au crime ! (rires)

Mylittlebow

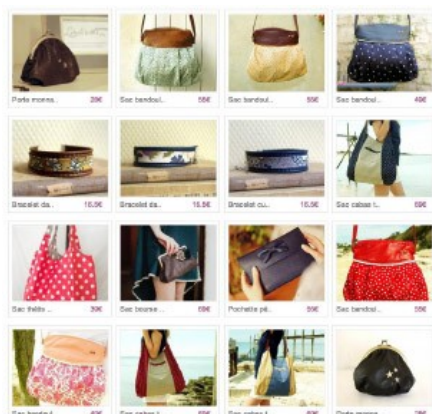
4) Tous les soirs je regarde mes statistiques sur ALittleMarket. Je vais dans mes « perf création ». **Je propose a toutes les personnes qui sont passées sur la boutique, un code promo**. Ce n'est pas systématique mais il y a parfois une personne qui va vous recontacter pour plus d'info ou qui va craquer pour un produit.

Enfin, je rappelle régulièrement mes clients et je leur propose des promos. Sans oublier le colis : emballage, packaging sympa et un petit cadeau. J'aime bien glisser un carambar :-)

Anelie-polka

5) Il est impératif d'**offrir une réponse rapide au client en étant disponible 7J/7**. J'ai également mis en place l'offre de parrainage (10%) mise en place par ALittleMarket.

Nellyousra-home-deco



L'Indiscrete vend des sacs, pochettes, porte-feuille, porte-monnaie et bracelets.

<http://www.alittlemarket.com/boutique/lindiscrete>

Mon avis...

Sur sa boutique ALittleMarket, on remarque tout de suite les jolies photos.

Lucie, la créatrice, fait également un travail remarquable sur son blog et sa page Facebook. Ses articles et ses statuts contribuent à créer une jolie ambiance à L'Indiscrete.

6) Un service client avant et après vente au TOP ! Traitez vos clients comme vous aimeriez être traités vous-même ;) N'avez-vous jamais été bluffé par l'accueil reçu dans une boutique ? Faites de même et mieux encore ;)

Cereza-deco

7) Quelques conseils de bon sens. Il faut notamment une réponse rapide aux commandes, un petit mot sympa, des infos sur l'évolution de la commande et un paquet soigné.

L'idée d'une petite attention supplémentaire (cadeau) peut faire la différence. Mais uniquement si l'article commandé est lui même irréprochable et à la hauteur de ce qui est annoncé sur le site ! Si le produit est « limite », un marketing exceptionnel ne fera rien !

Pas-si-sages

8) Il faut optimiser le service client en étant **réactive aux mails et aux questions des clientes.**

Les dormeuses de Madapolam

9) J'ai validé le système proposé par ALittleMarket qui automatise l'envoi de bons de réductions lors du passage d'une première commande. Cela donne forcément envie à la cliente de revenir voir ce qu'elle pourrait de nouveau acheter.

Louisa Bonheur

10) Pour moi la relation client est ce qu'il y a de plus important. J'essaie de **répondre le plus vite possible, de toujours rester polie, de tenir les clients informés des différentes étapes...** Bref ce que j'aimerais qu'on fasse si j'étais cliente !

L'Indiscrète



Joliejye propose de nombreuses créations dans un style romantique, féérique et vintage.

<http://www.alittlemarket.com/boutique/joliejye>

Mon avis...

La boutique de Joliejye est très soignée. Les photos notamment participent à l'ambiance romantique et délicate de la marque. J'aime beaucoup les jolis fonds neutres qui font de chaque création, la star des photos.

Les descriptions fourmillent de détails. J'aime également son blog qui est à citer en exemple.

Fidéliser vos clientes et les inciter à recommander

« Pas de révolution mais l'application de basiques qui doivent constituer les fondements de votre engagement commercial sur Internet. Se montrer disponible, être à l'écoute, répondre rapidement sont des conseils souvent évoqués. Mais correctement mis en pratique, vous pourrez facilement sortir du lot.

C'est alors que vous pourrez envisager jouer la carte de l'originalité et de la différenciation : le cadeau, le coup de fil pour savoir si tout va bien, l'emballage personnalisé, etc. Il y a plein de choses à faire dans ce domaine.

Un bon commerçant est une personne sachant inspirer de la confiance. Maîtriser vos réactions lors d'échanges difficiles ou de remontées négatives d'un client. Bannissez les réactions épidermiques et précipitées, parfois même lues dans les évaluations laissées au clientes. Arriver à contrôler ses réactions vous rendra bien des services. »



Doudou par Pas si sages

Organiser sa présence sur les réseaux sociaux

1) **Animer sa page Facebook avec son actualité créative et l'étendre à d'autres centres d'intérêt** (musique, littérature, mode, actualité...) afin de se créer un univers très personnel.

Mamzlfifine

2) Je ne pense pas qu'être sur tous les réseaux sociaux possible soit une bonne chose. J'en ai testé plusieurs mais en ai retenu que quelques uns. L'essentiel est de **communiquer là où peut se trouver sa clientèle. Dans les groupes Facebook, sur les blogs de mode par exemple.**

Joliejye

3) **Les réseaux sociaux sont devenus omniprésents dans notre vie, il est donc très important de les multiplier** pour faire la promotion de sa marque. Cela m'a énormément aidé.

Mylittlebow

4) Il faut **créer une page Facebook et la distinguer de son profil personnel.**

Anelie-polka

5) Il est nécessaire de **ne pas trop se disperser sur plusieurs réseaux sociaux.** Je me concentre notamment sur Facebook où j'annonce l'arrivée de nouveaux articles.

Nellyousra-home-deco

	<p>Nellyousra-home-déco vend des tableaux design contemporains qui peuvent être personnalisés. http://www.alittlemarket.com/boutique/nellyousra_home_deco</p> <p>----- Mon avis... <i>Ce n'est pas facile de vendre de l'art sur Internet. Beaucoup de choix dans cette boutique qui sort de l'ordinaire. Plus d'une centaine de tableaux sont proposés.</i></p>
---	--

6) Arriver à rendre vivante et interactive votre présence sur un réseau est déjà un énorme travail. Peaufinez déjà cela avec cohérence et respect de vos fans : pas de politique, des sujets pertinents, **évitez d'en faire des panneaux publicitaires uniquement.**

Cereza-deco

7) Trop d'info tue l'info ! Donc **mieux vaut un seul site tenu à jour que dix sites aux stocks et articles peu suivis...** Et idem pour les Facebook et autres réseaux...

Pas-si-sages

8) **Actualiser régulièrement le contenu de sa page Facebook** en essayant d'interagir et de rester proche de ses fans.

Les dormeuses de Madapolam

9) Je pense que le secret est de ne pas perdre de vue que les gens vont sur les réseaux sociaux pour se détendre, voir du contenu original et étonnant. Ils ne vont pas sur Facebook par exemple pour voir leur fil d'actualité parasité par des statuts publicitaires avec l'annonce en continu de l'arrivée de nouvelles créations.

Il faut y être présent malgré tout mais pour partager un univers, une ambiance de création, **proposer du contenu susceptible d'être partagé.**

Louisa Bonheur

10) **Je me suis limitée à deux réseaux sociaux** : Facebook et Pinterest. Je pense que c'est important mais il faut aussi s'en méfier dans le sens où on peut penser que c'est facile d'utilisation. Seulement, attirer et intéresser les gens (qui peut-être un jour seront des clients) est assez difficile et aléatoire.

L'Indiscrète



Mylittlebow est une jeune boutique proposant des bracelets de cuir.

<http://www.alittlemarket.com/boutique/mylittlebow>

Mon avis...

Le gros point de cette boutique, c'est d'avoir pu s'appuyer sur un blog bien implanté (<http://www.lauralovesclothes.com>) qui a pu embarquer ses lectrices habituelles vers sa boutique.

Les photos sont de très bonne qualité.

Organiser sa présence sur les réseaux sociaux

« Être présent sur les réseaux sociaux, c'est simplement se rendre là où se trouve vos prospects. Simple mais essentiel.

L'efficacité de cette présence sera directement liée à ce que vous aurez à raconter vos fans.

Voilà une image pour expliquer simplement en quoi cela est primordiale : Facebook (pour prendre l'exemple du réseau le plus connu), c'est comme un bar géant. Il y a plein de petits groupes qui discutent entre eux. On rigole entre amis, on se raconte des histoires drôles, on demande des nouvelles, etc.

Vous pouvez, avec vos créations, vous immiscer dans ce groupe et discuter avec eux. Vous pouvez y parler de votre travail, déballer votre malle à créations, étaler vos catalogues, vanter vos promotions exceptionnelles. Bref, vous allez casser l'ambiance avec vos créations et vos publicités en cascade.

Mais vous pouvez au contraire, participer à la discussion et à votre tour, rigoler, faire de l'humour, par du dernier film qui vous a plu, de la dernière vidéo vue sur Internet qui vous a étonné. Et quand la mayonnaise aura pris, vous pourrez parler, modérément, de vos créations. Quand la relation sera devenue plus proche, parler de votre travail ne posera pas de problème.

Ne perdez jamais de vue que les réseaux sociaux, c'est un peu comme un bar où les gens se réunissent entre potes. Y faire du commerce et du marketing peut se faire mais de façon subtile. On parle de marketing en deux temps, ou de concept de « Give to get », donner pour recevoir.

Être présent sur les réseaux sociaux est primordial. A vous de réfléchir en revanche comme le faire de façon intelligente. »



En savoir plus

ALittleMarket

- le portail – <http://www.alittlemarket.fr>
- le blog – <http://www.alittlemag.com>

Les créatrices

- Anélie polka - http://www.alittlemarket.com/boutique/anelie_polka
- Cereza déco - http://www.alittlemarket.com/boutique/cereza_deco
- Joliejye - <http://www.alittlemarket.com/boutique/joliejye>
- L'Indiscrete - <http://www.alittlemarket.com/boutique/lindiscrete>
- Les dormeuses de Madapolam - http://www.alittlemarket.com/boutique/les_dormeuses_de_madapolam
- Louisa Bonheur - <http://www.alittlemarket.com/boutique/louisabonheur>
- Mamzlfifine - <http://www.alittlemarket.com/boutique/mamzlfifine>
- My little bow - <http://www.alittlemarket.com/boutique/mylittlebow>
- Nellyousra home déco - http://www.alittlemarket.com/boutique/nellyousra_home_deco
- Pas si sages - http://www.alittlemarket.com/boutique/pas_si_sages

MarketingFaitMain

- le blog - www.marketingfaitmain.fr

Madiwi

- les conseils : <http://www.madiwi.fr/conseils.html>



Haut et jupe boule par Louisa Bonheur