



Les e-shops belges - ASBL

- Plateforme 'annuaire' GRATUITE
- Catalogue 2025 - format digital
- Chèques-cadeaux pour entreprises et particuliers
- Accompagnements personnalisés pour e-shops

=> Mise en avant des e-commerces belges



Infos pratiques WEBINAIRE

- Enregistrement et replay disponible sur le site
- Check list et support visuel envoyés par mail
- Formatrice: Théodora GREINDL
- E-commerce, digital marketing, intégration de l'IA

=> stratégies simples et efficaces pour comprendre les chiffres de son e-commerce



Objectifs du webinar

1. **Comprendre les indicateurs** clés de performance (KPI) pour un e-commerce

2. Savoir **analyser ses chiffres** pour prendre des décisions stratégiques

3. **Optimiser les ventes** en agissant sur les bons leviers



INDEX

1. Pourquoi analyser ses chiffres?
2. Quels sont les KPI essentiels
3. Comment récolter mes données
4. Analyser et interpréter mes données
5. Les actions concrètes



1. Pourquoi analyser ses chiffres?

- **identifier les produits** qui se vendent le mieux et d'ajuster son offre
- **Réduire les coûts** et optimiser les dépenses marketing
- **Amélioration de l'expérience** utilisateur et éliminer les points de friction
- Les **décisions** basées sur les chiffres sont plus précises et **efficaces**



2. Quels sont les KPI essentiels

- Taux de conversion
- Valeur du panier moyen
- Taux d'abandon de panier
- Coût d'acquisition client (CAC)
- Lifetime Value (LTV)
- Taux de rebond
- Nouveaux visiteurs
- Temps de visite
- Moments d'affluence
- Nombre de pages visitées
- Origine du trafic
- Taux de retour produits
- Taux de satisfaction
- Taux de fidélisation
- Marge nette par commande

Taux de conversion

Définition: Pourcentage de visiteurs qui deviennent des clients

Le taux de conversion se calcule en divisant le nombre de ventes par le nombre total de visiteurs, puis en multipliant par 100 pour obtenir un pourcentage.

$$\text{Taux de conversion} = \left(\frac{\text{Nombre de ventes}}{\text{Nombre total de visiteurs}} \right) \times 100$$

Pour un e-commerce, un **taux de conversion moyen se situe entre 1 % et 3 %**, selon le secteur et la qualité de l'expérience utilisateur.



Taux de conversion





Valeur du panier moyen

Définition : Montant moyen dépensé par transaction

Pour calculer la valeur du panier moyen, divisez le chiffre d'affaires total par le nombre total de commandes sur une période donnée

Panier moyen = Chiffre d'affaires / Nombre de commandes.

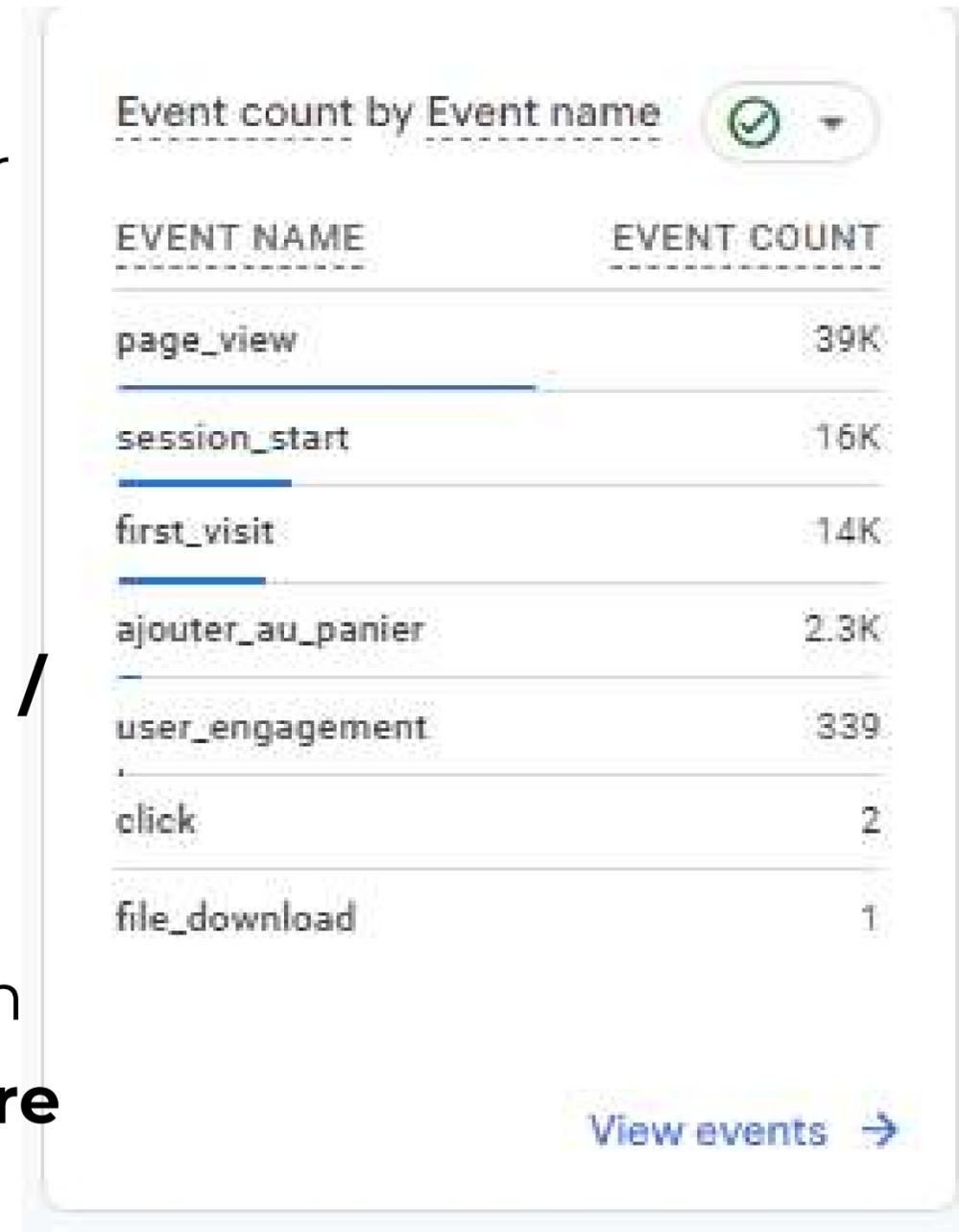
Une valeur moyenne pour un e-commerce varie selon le secteur, mais se situe généralement **entre 50€ et 100€**. Cela peut être plus élevé dans des secteurs comme le luxe.

Taux d'abandon du panier

Définition: Le nombre de personne qui ne vont pas jusqu'au bout du processus du paiement. Identifier les causes fréquentes (frais de livraison, processus de paiement complexe)

(Nombre de paniers abandonnés / Nombre de paniers créés) x 100.

En e-commerce, le taux d'abandon moyen se situe généralement **entre 60 % et 80 %**, selon les secteurs.





Coût d'acquisition client (CAC)

Le coût d'acquisition client (CAC) se calcule en divisant le total des dépenses marketing par le nombre de nouveaux clients acquis sur une période donnée.

Par exemple, si vous dépensez 1 000 € en publicité et que cela vous rapporte 50 nouveaux clients, votre CAC est de 20 €.

La moyenne du CAC pour un e-commerce varie **entre 20 € et 100 €**, selon le secteur et la compétitivité du marché.

Un CAC raisonnable devrait représenter environ **20% à 30% du panier moyen**. Cela garantit que le coût d'acquisition n'érode pas trop la marge bénéficiaire. Si le panier moyen est de 100 €, un CAC de 20 à 30 € est considéré comme optimal pour maintenir une rentabilité saine tout en acquérant de nouveaux clients.



Lifetime Value (LTV)

Définition: Valeur générée par un client sur toute sa relation avec la marque.

Pour calculer la Lifetime Value (LTV) d'un client, multipliez la valeur moyenne du panier par la fréquence d'achat et la durée de la relation client (en années). Cela donne une estimation des revenus générés par un client tout au long de sa relation avec la marque.

La valeur moyenne de LTV dans le secteur du e-commerce varie généralement **entre 200 € et 1 000 €**, en fonction de la niche et des marges.



Taux de rebond

Définition: Le temps après lequel le visiteur quitte votre site.

Le taux de rebond se calcule en divisant le nombre de visiteurs qui quittent le site après avoir consulté une seule page par le nombre total de visiteurs, puis en multipliant par 100.

Pour un e-commerce, un taux de rebond moyen se situe généralement **entre 20% et 45%**.



Taux de rebond - bounce rate

Session primary...Channel Group)	↓ Sessions	Bounce rate	
Total	16,120 100% of total	44.17% Avg 0%	1
1 Organic Search	5,444	37.51%	
2 Direct	5,392	48.28%	
3 Organic Social	3,616	48.42%	
4 Paid Search	931	35.66%	
5 Cross-network	594	47.98%	
6 Referral	138	49.28%	
7 Organic Shopping	59	66.1%	
8 Unassigned	12	100%	



Nombre de nouveaux visiteurs

Une valeur moyenne pour un e-commerce varie généralement **entre 60% et 80%**, en fonction de la notoriété et de la fidélisation des clients.





Temps de visite

Pour calculer le temps de visite, vous pouvez utiliser Google Analytics qui mesure le temps écoulé entre la première et la dernière interaction d'un utilisateur sur une page.

Une valeur moyenne pour un e-commerce se situe généralement **entre 2 à 3 minutes**, bien que cela puisse varier en fonction du secteur et de l'optimisation du site.





Moments d'affluence

Pour calculer les moments d'affluence d'un e-commerce, il est nécessaire d'analyser les données de trafic par heure et par jour via Google Analytics ou d'autres outils d'analyse, en observant les pics de visites et de transactions.

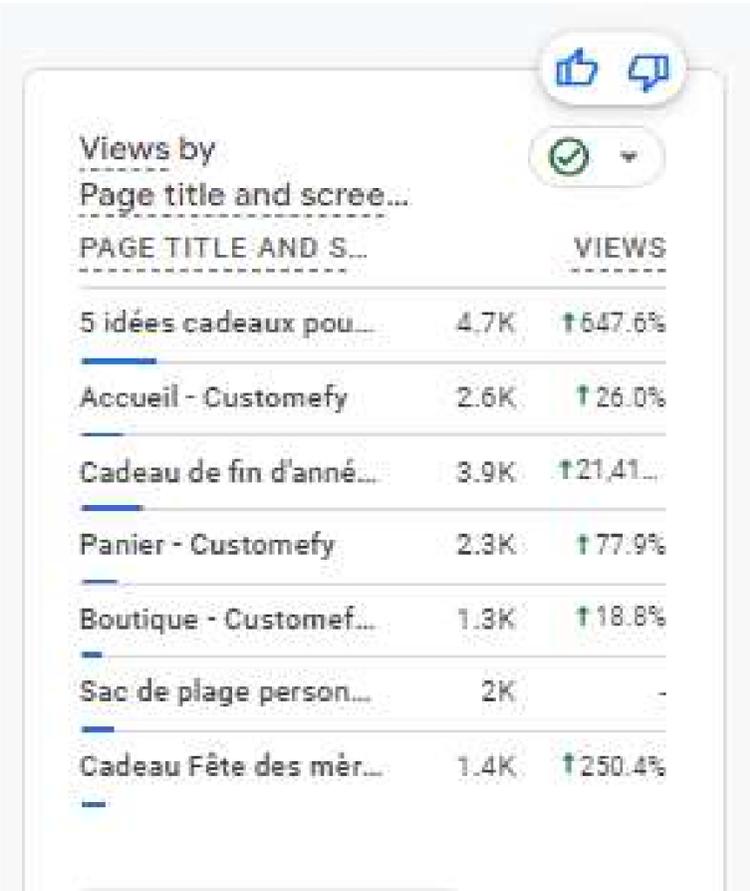
En moyenne, les pics d'affluence pour un e-commerce se situent souvent **entre 19h et 22h**, notamment **les lundis et dimanches**, lorsque les clients ont plus de temps pour naviguer et faire des achats.

Nombre de pages visitées

Le nombre de pages visitées par session se calcule en divisant le total de pages vues par le nombre total de sessions sur une période donnée.

La moyenne pour un site e-commerce se situe généralement **entre 3 et 5 pages par session**, mais cela peut varier selon l'interface et l'engagement des utilisateurs.

Vérifier quelles pages ont le plus de succès



PAGE TITLE AND S...	VIEWS	
5 idées cadeaux pou...	4,7K	↑647.6%
Accueil - Customefy	2,6K	↑26.0%
Cadeau de fin d'anné...	3,9K	↑21,41...
Panier - Customefy	2,3K	↑77.9%
Boutique - Customef...	1,3K	↑18.8%
Sac de plage person...	2K	-
Cadeau Fête des mèr...	1,4K	↑250.4%

Origine du trafic

En moyenne, un e-commerce voit **environ 40-50 % de son trafic provenir de la recherche organique**, avec le reste réparti entre d'autres canaux comme la publicité payante et les réseaux sociaux. Ces chiffres varient selon l'industrie et la maturité du site.

D'où proviennent les visiteurs? Est-ce via une recherche organique? Via des pubs, via les réseaux sociaux

Suggested for you

Sessions by
Session primary ch...

SESSION PRIMARY ...	SESSIONS
Direct	5.4K ↑104.6%
Organic Search	5.4K ↑149.6%
Organic Social	3.6K ↑96.8%
Paid Search	931 ↑16.2%
Referral	138 ↓86.8%
Cross-network	594 ↑1,137...
Organic Shopping	59 ↑18.0%

May 1 - Jun 30, 2024 [New traffic acqu...](#) →



Origine du trafic

Sessions by Session manual source



SESSION MANUAL SOURCE

SESSIONS

google

6.6K

m.facebook.com

2.8K

l.facebook.com

327

lm.facebook.com

223

instagram.com

145

l.instagram.com

88

kadolog.com

62



Taux de retour produits

Pour calculer le taux de retour produits, divisez le nombre de produits retournés par le nombre total de produits vendus, puis multipliez par 100 pour obtenir un pourcentage.

Par exemple, si 50 produits sont retournés sur 1 000 vendus, le taux de retour est de 5 %.

En moyenne, le **taux de retour pour un e-commerce se situe entre 20 % et 30 %**, bien que cela puisse varier selon les secteurs (plus élevé dans la mode)

Pourquoi les retours ont lieu? Le client est-il déçu? Les tailles sont elles mal indiquées, les fiches produits pas assez complètes?



Taux de satisfaction

Définition: Le taux de recommandation, également appelé **Net Promoter Score (NPS)**, est un indicateur qui permet de mesurer la satisfaction de la clientèle.

Pour calculer le taux de satisfaction, divisez le nombre de réponses positives (clients satisfaits) par le nombre total de réponses, puis multipliez par 100.

Par exemple : si 80 sur 100 clients sont satisfaits, le taux est de 80 %. La valeur moyenne du taux de satisfaction pour un e-commerce varie généralement **entre 70% et 85%**, selon l'industrie et la qualité du service.



Taux de fidélisation

Le taux de fidélisation se calcule en divisant le nombre de clients récurrents par le nombre total de clients, puis en multipliant par 100.

Une formule simplifiée :

Taux de fidélisation (%) = (Clients récurrents / Clients totaux) × 100.

Dans le e-commerce, un bon taux de fidélisation varie généralement **entre 20 % et 30 %**, bien que cela puisse dépendre du secteur d'activité.



Marge nette par commande

Pour calculer la marge nette par commande, utilisez la formule suivante :

$$\text{Marge nette} = (\text{Revenu} - \text{Coûts totaux}) / \text{Revenu} \times 100.$$

Les coûts incluent le coût des produits, le marketing, l'expédition, etc. Une marge nette moyenne pour un e-commerce varie **entre 5 % et 10 %**, bien que cela puisse fluctuer en fonction du secteur et du modèle économique.



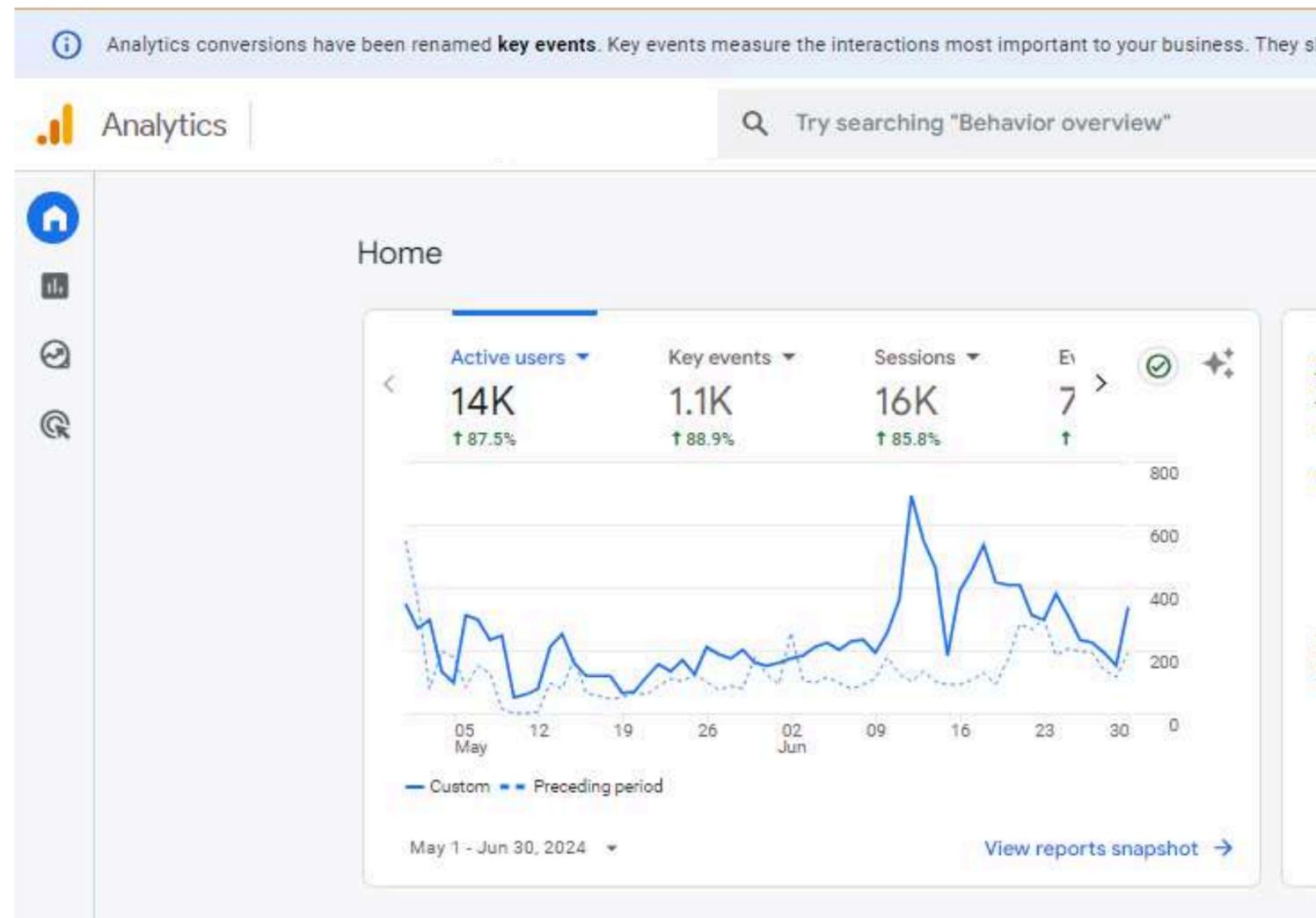
3. Comment récolter mes données

- Google Analytics
- Site e-commerce
- Réseaux sociaux
- Newsletter
- Reviews
- Logistique
- Enquête



Google Analytics

Service d'analyse web proposé par Google qui permet de suivre et analyser le trafic sur votre site



Google Analytics

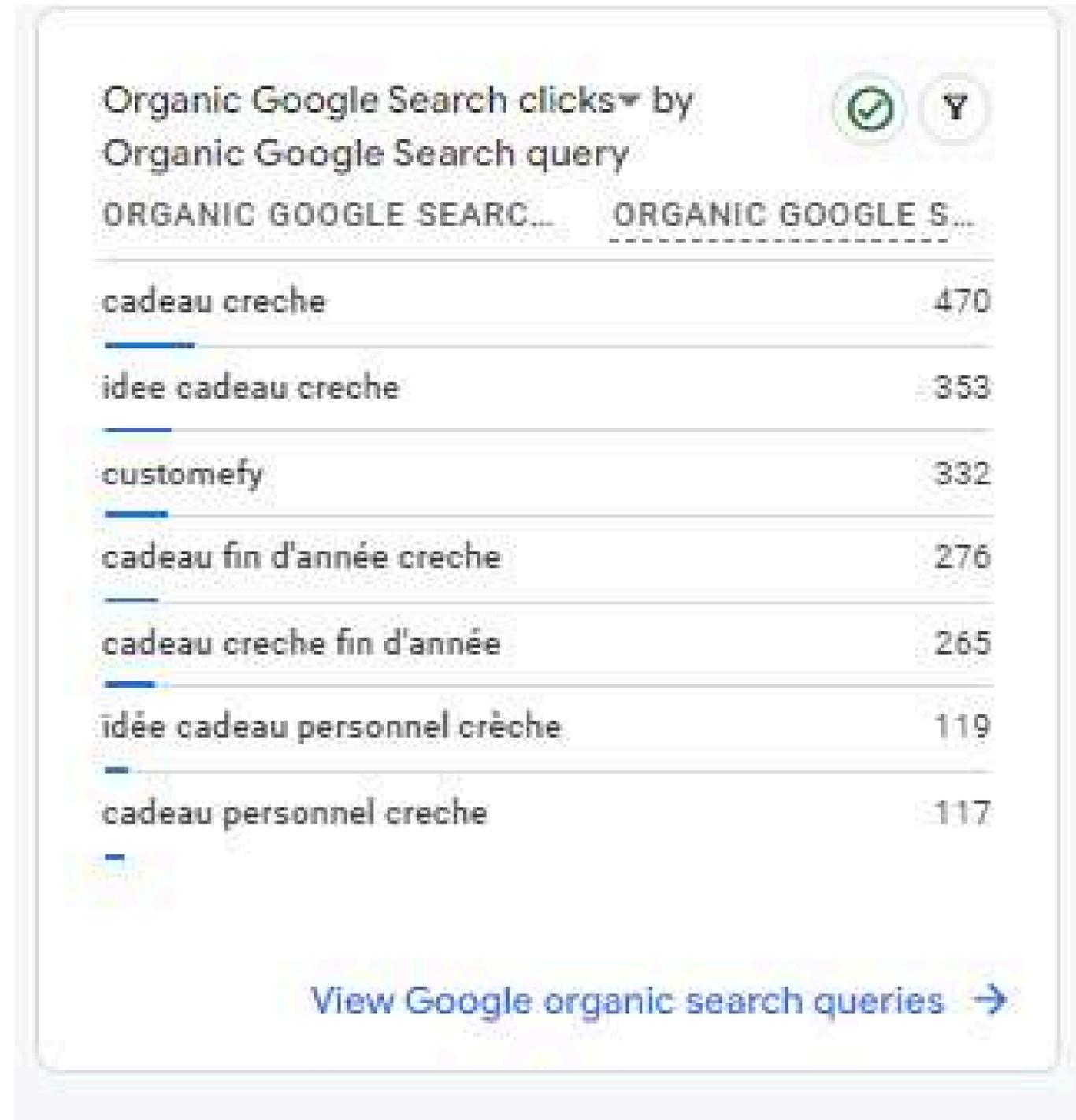
The screenshot displays the Google Analytics interface for a 'Reports snapshot' from May 1 to Jun 30, 2024. The left sidebar contains navigation options like 'Reports snapshot', 'Realtime', 'Life cycle', 'Acquisition', 'Engagement', 'Monetization', 'Retention', 'Search Console', 'User', and 'Library'. The main content area is divided into two sections:

- WHERE DO YOUR NEW USERS COME FROM?**: A horizontal bar chart titled 'New users by First user primary channel group (Default Channel Group)'. The x-axis represents the number of users from 0 to 5K. The y-axis lists channel groups: Organic Search (~4.8K), Direct (~4.5K), Organic Social (~3.2K), Paid Search (~0.8K), Cross-network (~0.5K), Referral (~0.2K), and Organic Shopping (~0.1K).
- WHAT ARE YOUR TOP CAMPAIGNS?**: A table titled 'Sessions by Session primary channel group (Default Channel Group)'. The x-axis represents the number of sessions from 0 to 5K. The y-axis lists channel groups: Organic Search (5.4K), Direct (5.4K), Organic Social (3.6K), Paid Search (931), Cross-network (594), Referral (138), and Organic Shopping (59).

Both charts include a 'View user acquisition' or 'View traffic acquisition' link at the bottom right.



Google Analytics



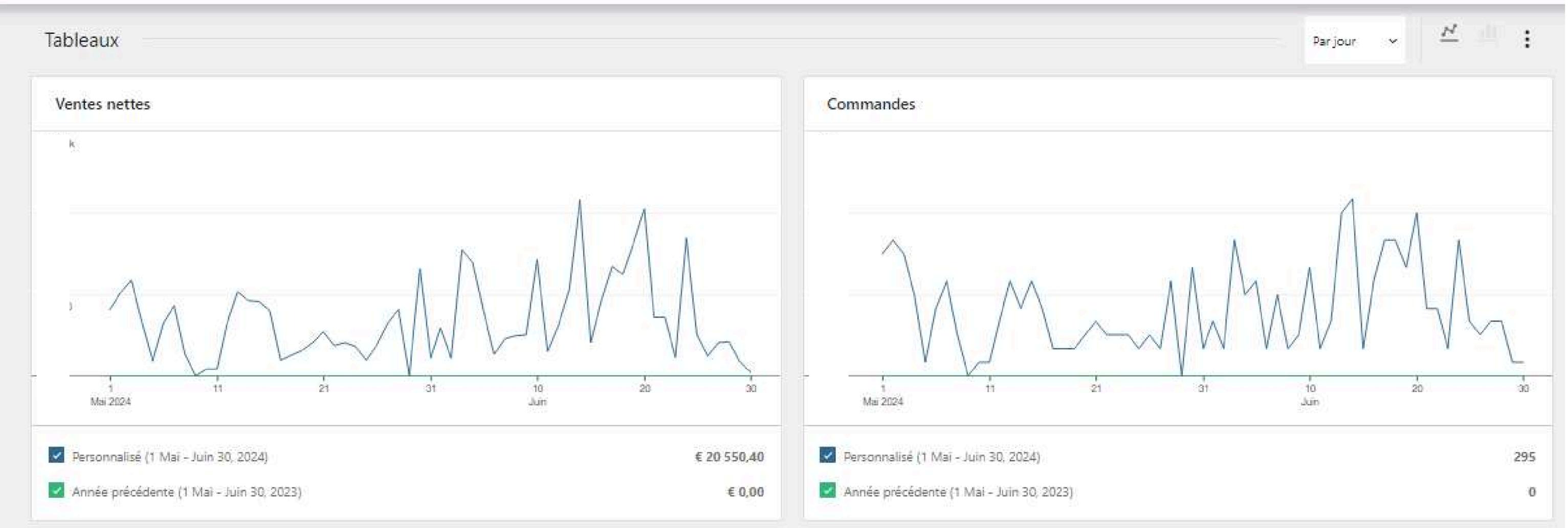


Site e-commerce

Votre CMS permet également de récolter certaines données telles que le nombre de ventes, les clients qui reviennent, le pic d'affluence, etc.

On y retrouve également les rapports de vente, par article, par catégories d'articles, par intervalles de temps, etc

Site e-commerce





Site e-commerce

Meilleurs produits - Articles vendus

Produit	Articles vendus
---------	-----------------

Sac de plage personnalisé MAXI	84
--	----

Sac Maxi	54
--------------------------	----

Sac polochon personnalisé vintage	39
---	----

Sac de voyage personnalisé vintage	38
--	----

Sac de voyage personnalisé standard	23
---	----



Réseaux sociaux

Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, etc:

- L'impact de vos partages (nouveauautés, promotions, articles de blog,
- L'impact de votre communication (organique et payante)
- L'impact d'un partage externe (colaboration, influence, concours)

Réseaux sociaux

Statistiques

Consultez vos performances et plus encore.

 Vue d'ensemble

 Plan

 Résultats

 Audience

 Benchmarking

Contenus

 Présentation

 Contenu

Revenus

 Vidéos

Interactions

 Exporter

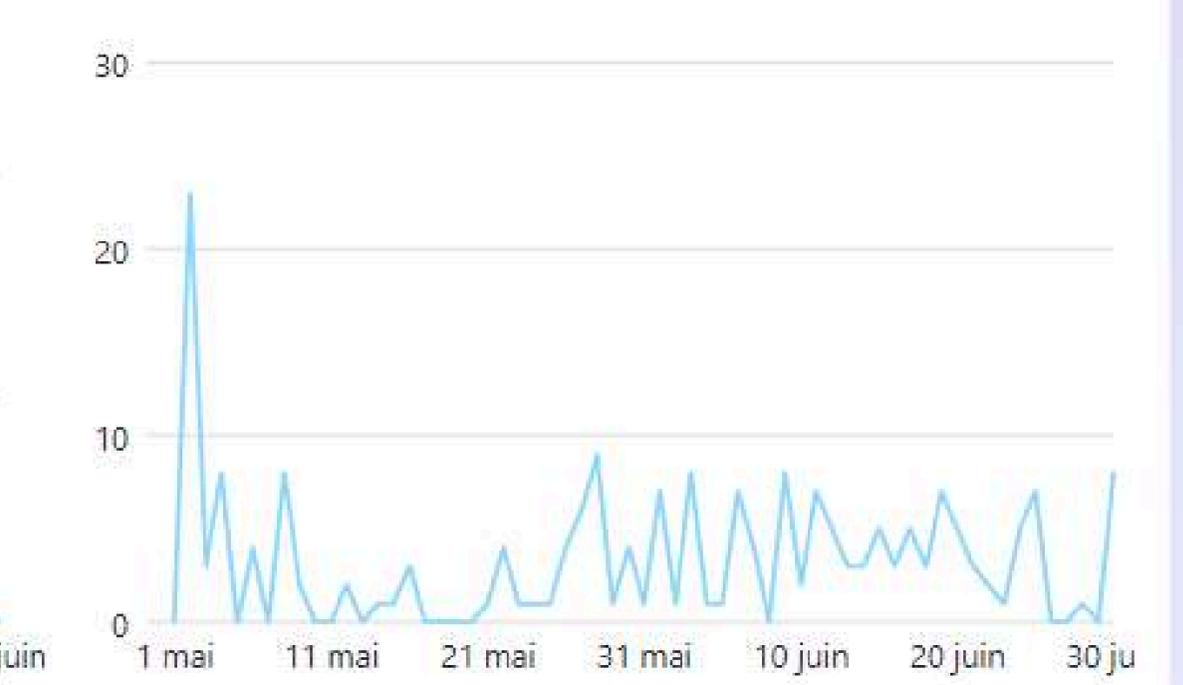
Interactions avec le contenu ⓘ

1,4 K ↑ 220,9 %



Interactions avec le contenu Instagram ⓘ

200 ↓ 29,6 %



Click sur un lien

 Exporter



Réseaux sociaux

< Contenu

Reels 3 derniers mois

Comptes touchés

 <p>Etre parent la veille de la rentrée 🍌🍌</p> <p>2,796</p>	 <p>Imagine une année scolaire bien organisée... Voici comment y arriver 📌</p> <p>2,068</p>	 <p>Tu es parent et tu rêves d'une rentrée sans stress?</p> <p>1,941</p>
 <p>Tu es parent et tu te demandes où sont rangées les affaires pour la rentrée scolaire 🎒🎒</p> <p>1,890</p>	 <p>Tu es parent en charge des fournitures scolaires?</p> <p>1,619</p>	 <p>Derniers(s) semaine(s) avant la reprise des activités extra-scolaires 🎨🎨</p> <p>1,606</p>
 <p>Tu es parent et c'est</p>		

< Statistiques ⓘ

90 derniers jours 28 juin - 25 sept.

Vue d'ensemble

Consultez régulièrement les statistiques pour vérifier les performances de votre contenu.

Comptes touchés	44,1 k	-48,2%
Comptes ayant interagi	279	+21,8%
Total des followers	8 207	-0,5%

Contenu que vous avez partagé [Voir tout](#)

			
---	---	---	---



Newsletter

Permet de suivre l'engagement des abonnés à votre newsletter, et leur interaction avec votre contenu.

- taux d'ouverture: la moyenne du taux d'ouverture varie entre 15 % et 25 % selon le secteur
- taux de clics: le CTR moyen se situe entre 2% et 5%, selon l'industrie et l'audience
- nombre d'abonnés



Newsletter

 	Etiquettes Gratuites Regular · HappyNewsletter Customefy Sent Wed, 9 August 2023 19:30 to 3K recipients by you. Edited Wed, 9 August 2023 19:09 by you	Sent	38.9% Opens	1.9% Clicks
 	Sacs à linge Regular · HappyNewsletter Customefy Sent Wed, 26 July 2023 8:00 to 3K recipients by you. Edited Sun, 23 July 2023 19:28 by you	Sent	39.4% Opens	2.0% Clicks
 	T-shirts juillet Regular · HappyNewsletter Customefy Sent Thu, 13 July 2023 8:00 to 3K recipients by you. Edited Thu, 13 July 2023 06:37 by you	Sent	39.9% Opens	2.4% Clicks
 	Cadeaux profs > last call Regular · HappyNewsletter Customefy Sent Sun, 25 June 2023 20:00 to 3K recipients by you. Edited Sun, 25 June 2023 10:42 by you	Sent	38.4% Opens	2.3% Clicks



Reviews

Les reviews et témoignages permettent aussi de récolter des données à inclure dans la stratégie de suivi.

The screenshot displays a product review interface. At the top, there is a back arrow, the word 'Avis', a vertical ellipsis, and a close 'X' icon. Below this, the product has a 5.0 star rating, represented by five yellow stars, with '(246 avis)' and an information icon. Two buttons are visible: 'Répondre à des avis' (Respond to reviews) and 'Recueillez plus d'avis' (Collect more reviews). Below the buttons, there are three filter tabs: 'Tous' (All), 'Réponse reçue' (Received response), and 'Sans réponse' (No response). The 'Tous' tab is selected. A single review is shown, featuring a 5-star rating, the text 'Il y a 3 semaines' (3 weeks ago), and a 'NOUVEAU' (New) badge. The review text reads: 'Produits de qualité, contact facile et chaleureux, livraisons rapides, on en est plus que satisfaits! (Plusieurs commandes à notre actif, et le petit bon de 10% à durée limitée est plus que addictif!)'. A 'Répondre' (Respond) button is located at the bottom of the review.



Logistique

- La gestion des stocks
- Le taux de rotation des stocks
- La durée moyenne de stockage
- Le coût de stockage
- Le planning de gestion des commandes et des fournisseurs
- Les moyens de livraison



Enquête

- Enquête ponctuelle
- Enquête de satisfaction après chaque commande

Active since 19 December 2023

Started In Progress Completed

2,884 18 983

So happy ou bof bof (feedback 3 semaines après achat)



4. Analyser et interpréter mes données

- Routine d'analyse:
 - hebdo
 - mensuelle
 - annuelle
- Comment les chiffres révèlent des points de friction et comment les corriger.



Routine quotidienne

- Taux de conversion
- Taux d'abandon de panier
- Taux de rebond
- Nouveaux visiteurs
- Moments d'affluence
- Temps de visite



Routine hebdomadaire

- Valeur du panier moyen
- Coût d'acquisition client (CAC)
- Origine du trafic
- Nombre de pages visitées
- Taux de retour produits



Routine mensuelle

- Lifetime Value (LTV)
- Taux de satisfaction
- Taux de fidélisation
- Marge nette par commande
- Nombre d'abonnés (Réseaux, newsletter)
- Taux de clics
- Taux d'ouverture



5. Les actions concrètes

Identifier 5 à 10 paramètres à suivre

Créer un tableau de suivi

Etablir une routine de prise de note



5. Les actions concrètes

Taux de conversion: Optimisation du parcours client, offres promotionnelles

Augmenter le panier moyen: Cross-selling, upselling, promotions ciblées

Life Time Value: Stratégies de fidélisation, programmes de rétention



- Taux d'abandon de panier : Utiliser des rappels d'abandon de panier par e-mail.
- Coût d'acquisition client (CAC) : Améliorer le ciblage publicitaire et utiliser le SEO.
- Taux de rebond : Améliorer la pertinence des pages d'atterrissage.
- Nouveaux visiteurs : Créer du contenu attractif et augmenter la présence sur les réseaux sociaux.
- Temps de visite : Ajouter du contenu engageant, comme des vidéos ou des blogs.



- Moments d'affluence : Adapter les campagnes marketing aux pics de trafic.
- Nombre de pages visitées : Améliorer la navigation et proposer du contenu pertinent.
- Origine du trafic : Diversifier les canaux de marketing (SEO, SEA, réseaux sociaux).
- Taux de retour produits : Améliorer la description des produits et les photos pour mieux informer.
- Taux de satisfaction : Utiliser des enquêtes post-achat pour ajuster l'offre et le service.



- Taux de fidélisation : Offrir des remises exclusives aux clients réguliers.
- Marge nette par commande : Réduire les coûts d'approvisionnement ou d'expédition, et augmenter légèrement les prix.



Et maintenant?

- Etablir votre propre tableau KPI
- Données relatives vs. données absolues
- Suivi des actions mises en place

=> Nous pouvons vous aider !



Et maintenant?

Check list par mail

Avis Google

Offre d'accompagnements personnalisés

Videos et checklist sur le site

01/10: Je développe mon plan de com grâce à l'IA !



ACCOMPAGNER NOS BOUTIQUES EN LIGNE BELGES

E-SHOPS COMMUNITY

Vous êtes un entrepreneur belge dans le secteur du e-commerce ? Alors rejoignez notre communauté d'e-shops, qui rassemble les e-shops professionnels autour d'une solide expertise.

*L'enregistrement de votre boutique en ligne ne requiert aucune obligation d'achat ou d'adhésion payante.

[JOIN THE COMMUNITY](#)





TRAINING

- Mon plan d'action 'Mon e-shop' ▶
- Je commence mon blog ▶
- Je crée ma stratégie de contenu ▶
- J'améliore mon expérience client ▶
- Ma newsletter: je m'y mets enfin ! ▶
- J'optimise mon SEO ▶
- Je développe mes réseaux sociaux ▶



AUDIT & COACHING

Audit & Coaching: Mon e-shop ▶

Format de l'accompagnement	1 session de 1h30
Prix	150€ HTVA

