

WEBINAIRE

**Mon expérience
client devient ma
meilleure publicité !**

En ligne

10/10/ 2024

13h - 14h

Infos & inscriptions:

Les e-shops belges > events



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 développer son e-commerce



Objectifs du webinar

Comprendre pourquoi l'expérience client est cruciale pour la réussite d'un e-commerce



INDEX

1. C'est quoi l'expérience client?
2. Pourquoi l'expérience client est essentielle?
3. Créer une expérience utilisateur exceptionnelle
4. L'expérience post-achat
5. Le pouvoir des avis et des recommandations



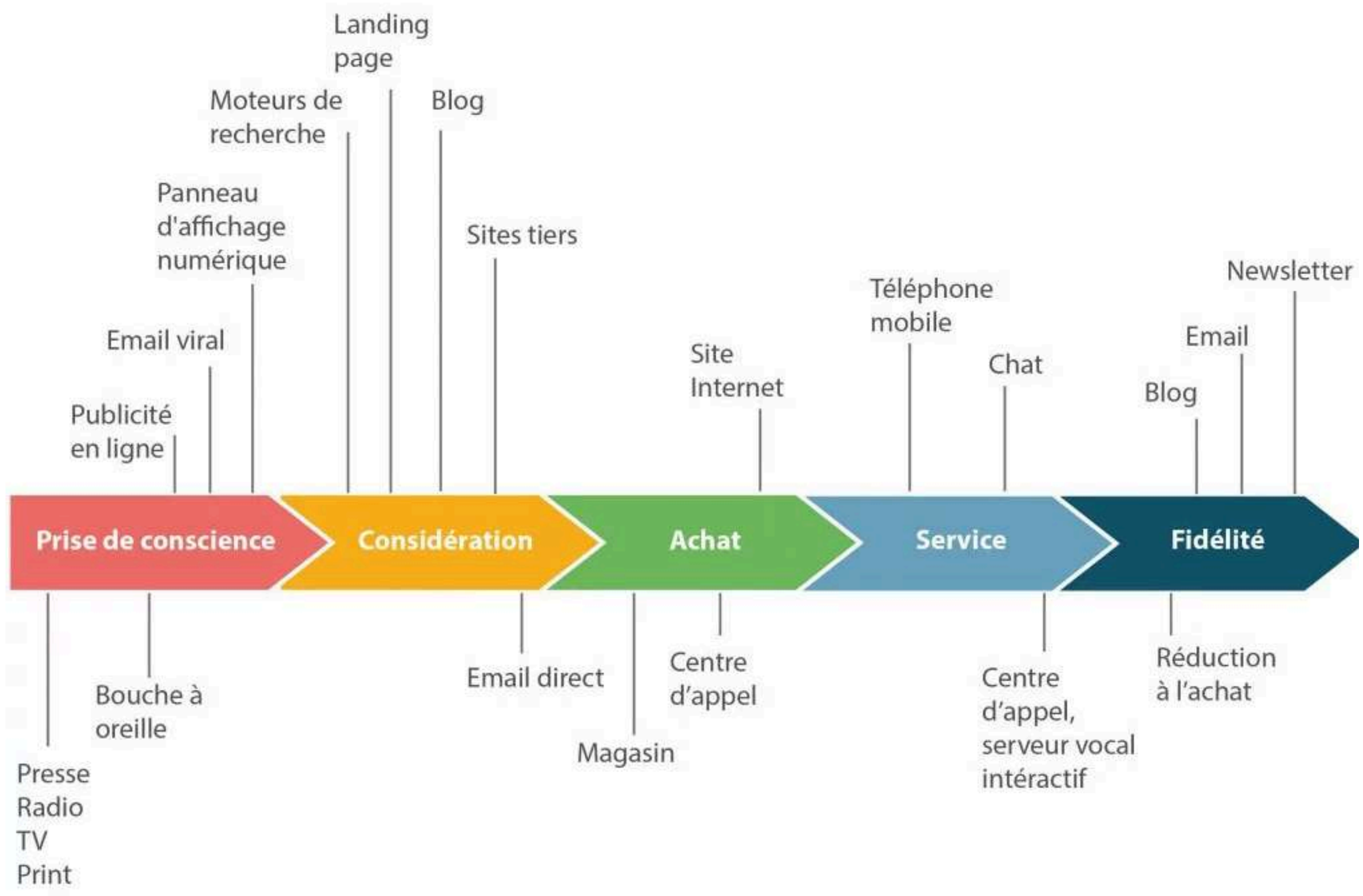
1. Définition

L'expérience client se réfère à l'ensemble des perceptions et **sentiments** qu'un client développe en interagissant avec une marque à travers ses **différents points de contact** (site web, service client, réseaux sociaux, etc.).

Elle englobe **toutes les étapes du parcours** client, de la découverte à l'achat, en passant par le service après-vente.

Une expérience client réussie vise à créer une **relation positive** et durable, favorisant la satisfaction, la **fidélisation**, et les **recommandations**.

70% vs. 30%





1. Définition

- ✓ 86 % des consommateurs sont **prêts à payer plus** pour une meilleure expérience client. Cela montre que les clients valorisent fortement la **qualité de l'interaction et du service**, au-delà du prix des produits eux-mêmes.
- ✗ 60 % des consommateurs arrêteront de faire affaire avec une marque après **deux mauvaises expériences** client.

Ces statistiques montrent clairement que l'expérience client joue un rôle essentiel dans les décisions d'achat, la fidélité, et la compétitivité des marques dans l'e-commerce



2. Pourquoi l'expérience client est essentielle?

Une bonne expérience client contribue directement à la **croissance** durable d'un e-commerce en renforçant la **fidélité**, la **satisfaction**, et en maximisant les **recommandations organiques**.



2. POURQUOI C'EST ESSENTIEL

A) Fidélisation des clients



Une expérience client positive incite les clients à revenir sur le site. Les e-commerces qui créent une relation fluide et agréable avec leurs clients **augmentent leur taux de rétention**, ce qui est souvent moins coûteux que d'acquérir de nouveaux clients



2. POURQUOI C'EST ESSENTIEL

B) Amélioration du bouche-à-oreille et des recommandations

Les clients satisfaits sont plus enclins à **partager leur expérience** avec leur entourage, que ce soit via des avis en ligne, des recommandations personnelles ou sur les réseaux sociaux. Cela renforce la notoriété de la marque et génère un trafic organique gratuit

Quelqu'un a-t-il déjà commandé un sac de voyage sur <https://www.customify.be/> ? Est-ce que ça tient longtemps ?

Merci pour vos retours et belle soirée !



J'adore Commenter Envoyer

Les plus récents





2. POURQUOI C'EST ESSENTIEL

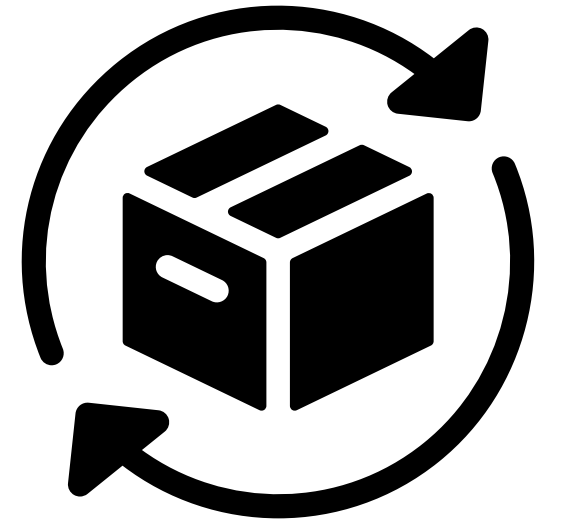
C) Augmentation de la valeur du panier moyen

Une expérience client personnalisée et agréable peut encourager les clients à dépenser plus. En optimisant l'expérience (via des recommandations personnalisées, des offres pertinentes, un service client réactif), les **clients se sentent en confiance** et sont plus susceptibles d'ajouter des articles à leur panier



2. POURQUOI C'EST ESSENTIEL

D) Réduction des retours et réclamations



Une expérience client bien conçue, incluant une description précise des produits, un processus de commande simple et une livraison efficace, **réduit les erreurs, les retours et les réclamations**. Cela **améliore la satisfaction générale** et réduit les coûts associés au service après-vente



2. POURQUOI C'EST ESSENTIEL

E) Différenciation concurrentielle



Dans un environnement e-commerce de plus en plus concurrentiel, l'**expérience client devient un facteur clé de différenciation**. Même si les produits sont similaires à ceux de la concurrence, offrir une meilleure expérience (interface utilisateur, support client, livraison rapide, etc.) permet de se démarquer et d'attirer plus de clients



3. Créer une expérience utilisateur inoubliable

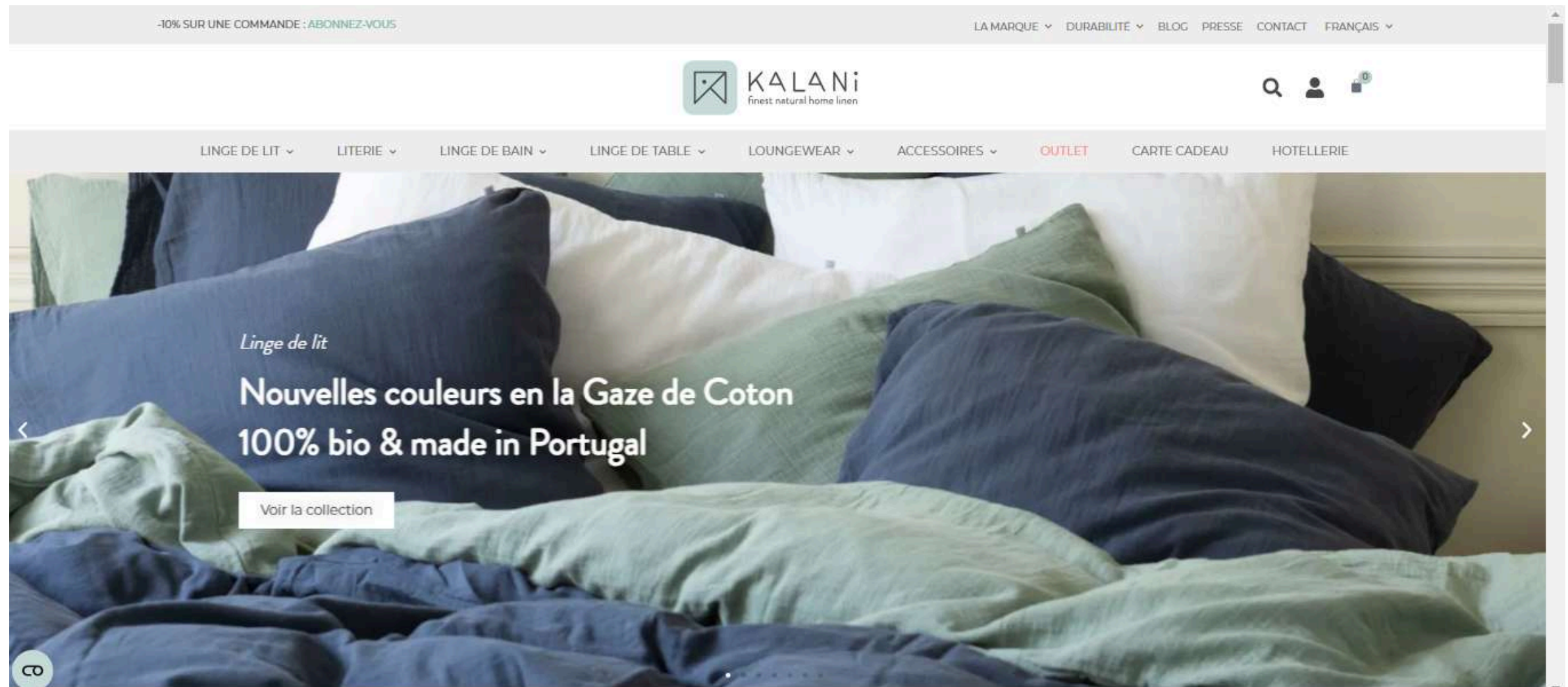
Chaque détail, de la navigation à la livraison, contribue à offrir une expérience client exceptionnelle qui **fidélise les clients** et renforce la réputation d'un e-commerce.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

A) Optimisation de la navigation sur le site :

- Un site bien conçu doit être **intuitif**, avec des **catégories de produits claires**, un moteur de recherche performant, et une organisation cohérente. Cela permet aux clients de **trouver rapidement** ce qu'ils recherchent, sans frustration.
- Le **design** du site doit permettre une interaction facile et agréable. Un design trop complexe ou encombré peut décourager les utilisateurs. Les boutons, les menus déroulants, et la structure globale doivent être pensés pour **minimiser les frictions** dans le parcours d'achat.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR
INOUBLIABLE



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

- Les **informations essentielles** comme les prix, les avis clients, et les spécifications des produits doivent être **visibles** sans avoir à scroller ou cliquer à plusieurs reprises.
- Vitesse de chargement : **Un site rapide est crucial.** Les utilisateurs abandonnent souvent leur achat si le site est lent à charger. Des études montrent qu'une amélioration d'une seconde dans le temps de chargement peut augmenter les conversions jusqu'à 7%.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

LIVRAISON GRATUITE À PARTIR DE 50€ : VÉRIFIEZ VOTRE PAYS

LA MARQUE ▾ DURABILITE ▾ BLOG PRESSE CONTACT FRANÇAIS ▾

KALANI
finest natural home linen

LINGE DE LIT ▾ LITERIE ▾ LINGE DE BAIN ▾ LINGE DE TABLE ▾ LOUNGEWEAR ▾ ACCESSOIRES ▾ OUTLET CARTE CADEAU HOTELLERIE

Taie d'oreiller en Satin de coton ★★★★★ (29)

On se laisse séduire par la douceur satinée. Classe et luxe se rencontrent pour embellir nuits et matins. Les épicuriens en tomberont amoureux tout naturellement...

Produit en 100% coton biologique & Fairtrade certifié, éthique et écologique.

Couleur: Snow White

Taille

50 x 75 cm (standard rectangulaire UE) ▾

Snow White - 50 x 75 cm (standard rectangulaire UE)

Reference 9784445900187

17,00 €

En stock

1 Ajouter au panier

18:41

- Description
- Guide des tailles
- Instructions de lavage
- Transparence
- Avis (29)

Description

Matière : 100% Satin de coton tissé à partir de fines et longues fibres de coton peigné, certifié biologique et Fairtrade

Détails :

- Ouverture avec un rabat intérieur large gardant votre oreiller bien en place
- Plusieurs tailles et formes disponibles pour correspondre au mieux aux dimensions de vos oreillers
- 100% Coton certifié GOTS, traçable, OGM interdits, teintures écologiques, saines, respectueuses de l'environnement et protégeant la biodiversité
- 100% Coton certifié Fairtrade, respectant les communautés de fermiers
- Fabriqué éthiquement en Inde dans des usines équitables, respectant les ouvriers
- Créé avec passion, fait main avec amour pour la satisfaction des clients
- Satin de coton suprême, réalisé avec 300TC (118-120 fils/cm²) simple pli
- Eclat lumineux subtil
- Devient de plus en plus doux à l'utilisation et au fur et à mesure des lavages
- Pas besoin de repassage ou faible repassage

Ce produit peut être acheté avec des éco-chèques





3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

B) Personnalisation :

- La personnalisation consiste à **adapter le contenu**, les recommandations, et les offres en **fonction des comportements** et des préférences de chaque utilisateur.
- L'**intelligence artificielle** joue un rôle central dans la personnalisation. En analysant l'historique d'achat, les produits consultés, et même la navigation sur le site, des algorithmes peuvent recommander des produits qui sont spécifiquement pertinents pour l'utilisateur.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

C) Expérience mobile :



- Aujourd'hui, une grande partie des achats en ligne sont effectués depuis des appareils mobiles. Il est donc essentiel que l'expérience d'un e-commerce soit **optimisée pour le mobile** (responsive).
- Sur mobile, l'interface doit être encore plus **intuitive** et **fluide**, avec des boutons facilement accessibles, un processus de paiement simple, et des pages qui se chargent rapidement.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

D) Simplicité et fluidité des transactions :

- Le **processus de paiement** est l'une des étapes les plus critiques dans le parcours d'achat. Un checkout trop compliqué, trop long ou peu sécurisé peut entraîner des abandons de panier.
- Proposer **plusieurs méthodes de paiement** est crucial. Les consommateurs souhaitent pouvoir choisir entre différentes options : carte bancaire, PayPal, Apple Pay, voire des paiements en plusieurs fois.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

PARTE DE SOC. VÉRIFIEZ VOTRE PAYS | 10% SUR L'INE. COMMAN | LA MARQUE | DURABILITÉ | BLOG | PRESSE | CONTACT | FRANÇAIS

KALANI
Rêvez naturel, vivez mieux.

LINGE DE LIT | LITRE | LINGE DE BAIN | LINGE DE TABLE | LOUNGEWEAR | ACCESSOIRES | OUTLET | CARTE CADEAU | HOTELLERIE

Pour régler vos achats, c'est simple et 100% sécurisé.

Nous acceptons les moyens de paiement suivants:

- Tous les pays
- Belgique
- Pays Bas
- Allemagne

Paiement sécurisé

Toutes nos transactions sont traitées sur des serveurs sécurisés par Mollie, opérateur de paiement répondant aux normes les plus strictes en matière de sécurité (PCI DSS niveau 1). Vos données personnelles ainsi que les données relatives à votre paiement sont donc entièrement sécurisées et ne peuvent être interceptées par des tiers.

Eco chèques et chèques Consommation (Prime pouvoir d'achat)

Si vous avez la chance d'avoir des Eco-chèques ou des chèques Consommation belges, vous pouvez les utiliser pour payer votre commande Kalani. En effet, Kalani propose une gamme exclusive de produits écologiques certifiés GOTS par ECOCERT Greenlife (N°163195).

Sur notre e-shop, payez avec :

- Edenred: Edenred Eco (anciennement Ticket EcoCheques), Edenred conso (anciennement Ticket Consommation), Edenred Cadeaux (anciennement Ticket Compliments)
- Pluxee (anciennement Sodexo) : Pluxee Eco (anciennement Eco Pass®), Pluxee Consumption (anciennement Consumption Pass)
- Monizze: Eco Cheques, Prime pouvoir d'achat

Au moment de payer votre commande, sélectionnez le logo de l'émetteur de votre carte Pluxee (Sodexo), Edenred ou Monizze et encodez les informations de votre carte. Si votre crédit est insuffisant, vous serez redirigé pour payer le solde de votre commande avec un autre moyen de paiement.

Les Pluxee Cadeau (Cadeau Pass Sodexo) et vos Chèques Cadeau Monizze (Monizze Gift) ne sont actuellement pas acceptés sur l'e-shop car notre plateforme de paiement Mollie ne permet pas de proposer 2 moyens de paiements différents pour Pluxee (Sodexo) et Monizze. Cependant, nous les acceptons au même titre que les chèques papier dans notre showroom sur rendez-vous.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

- **Simplification du checkout** : Il est conseillé de réduire le nombre d'étapes pour finaliser l'achat. Par exemple, offrir la possibilité de s'inscrire plus tard ou de finaliser l'achat en **tant qu'invité**.
- Les clients doivent être rassurés par des **systemes de sécurité** comme la validation à deux facteurs ou l'authentification renforcée.
- Exemple : Stripe et PayPal sont des plateformes qui facilitent des transactions rapides, sécurisées et multi-canal.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

E) Service client exceptionnel :

- Un service client **réactif** et **accessible** est un pilier central d'une bonne expérience client. Les clients veulent pouvoir poser des questions, résoudre des problèmes ou obtenir des conseils rapidement et facilement.
- Un e-shop performant propose **plusieurs moyens de contact** pour répondre aux besoins des clients : chat en direct, email, téléphone, voire réseaux sociaux.



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

-10% SUR UNE COMMANDE : [ABONNEZ-VOUS](#) LA MARQUE ▾ DURABILITE ▾ BLOG PRESSE CONTACT FRANÇAIS ▾

KALANI
finest natural home linen

LINGE DE LIT ▾ LITERIE ▾ LINGE DE BAIN ▾ LINGE DE TABLE ▾ LOUNGEWEAR ▾ ACCESSOIRES ▾ **OUTLET** CARTE CADEAU HOTELLERIE

Contact Home - Contact

Notre Adresse

KALANI S.A.
2 Rue de Rosières
1332 Genvai
Belgique

TVA BE 0655.909.545
Tel : +32(0)2 654 18 11
France : +33(0)3 67 39 00 74

Notre Showroom

Notre showroom est ouvert seulement sur demande et rendez-vous.
Pour un rendez-vous contactez-nous via le formulaire de contact ou par téléphone sur +32(0)2 654 18 11


Prénom * Nom *

E-mail * Téléphone *

Sujet *

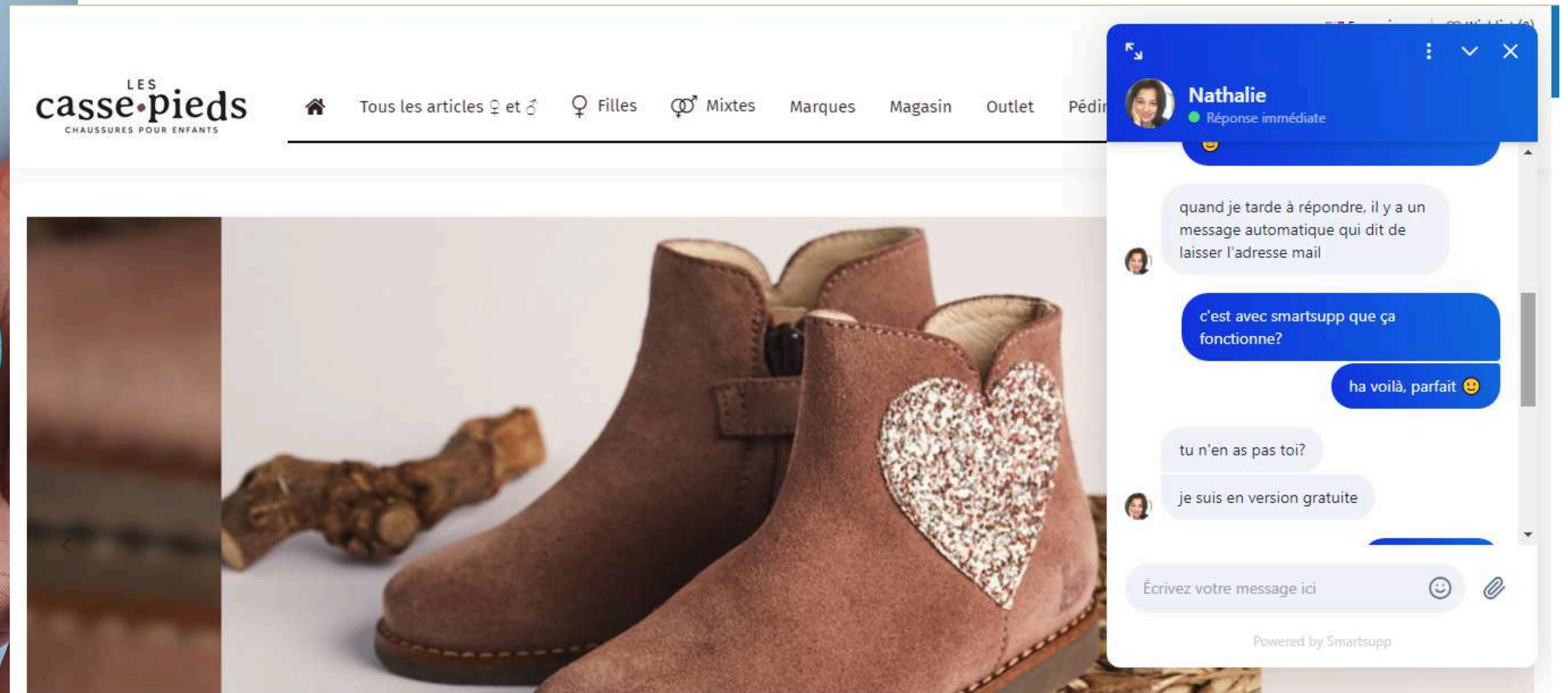
Message *

J'ai lu et j'accepte la politique sur la protection de la vie privée

protected by reCAPTCHA 
[Privacy](#) [Terms](#)

KALANI S.A.
2 Rue de Rosières
1332 Genvai
Belgique
TVA : BE 0655.909.545

Téléphone :
Belgique & International : +32 (0) 2 654 18 11
France : +33 (0) 3 67 39 00 74
E-mail :
info@kalani-home.com



- EN VERSION PAYANTE, IL Y A L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
- SI LA PERSONNE SURFE SUR LE SITE, ON PEUT VOIR TOUTES LES PAGES CONSULTÉES

3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE



3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

F) Livraison et retour :



- La **livraison rapide**, efficace, et les retours simples sont des éléments essentiels pour convaincre un client d'acheter et d'être satisfait de son expérience. Les clients souhaitent avoir une transparence totale sur les délais de livraison et **être informés** à chaque étape du processus.
- Les consommateurs s'attendent à des délais de **livraison courts**, voire à des options de livraison le jour même ou le lendemain.



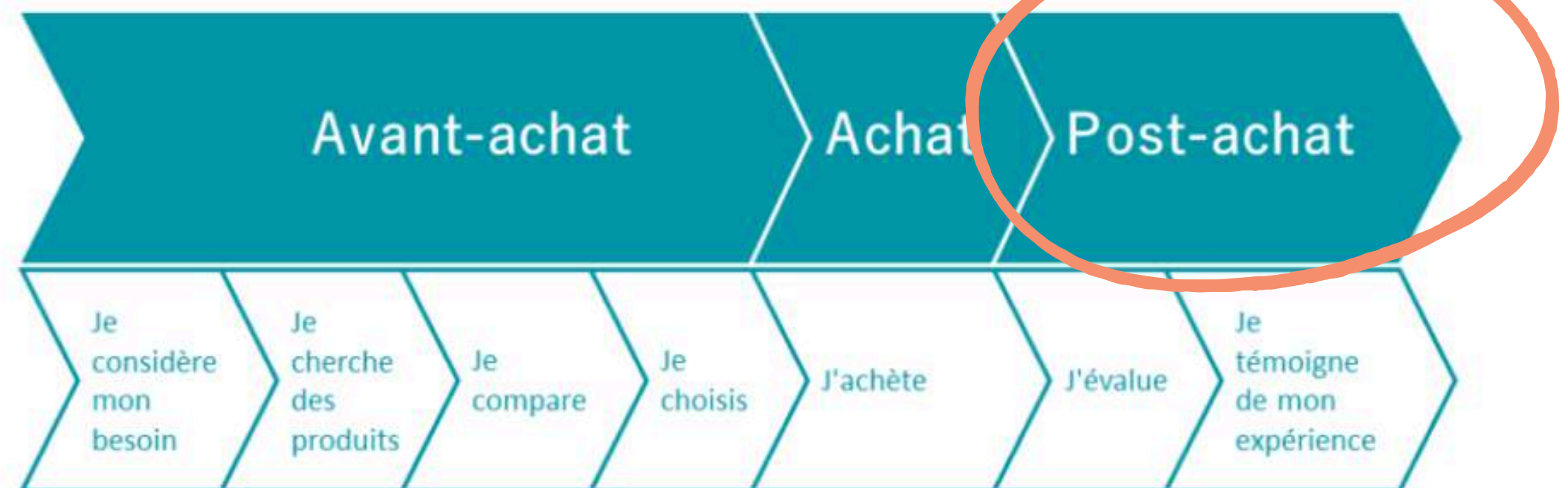
3. EXPÉRIENCE UTILISATEUR INOUBLIABLE

- Une attention particulière à **l'emballage**, avec des produits bien protégés et une présentation **soignée**, contribue également à l'expérience globale (parfum, mot écrit à la main, goodies).
- Une **politique de retour simple** et sans coût (à définir) favorise la confiance et encourage les achats, car le client sait qu'il peut retourner l'article facilement si besoin.



4. L'expérience post-achat

Une expérience post-achat bien gérée est un levier puissant pour **fidéliser les clients**, maximiser leur engagement et en faire des ambassadeurs de marque. En utilisant des outils comme les emails personnalisés, les programmes de parrainage et une gestion proactive des retours, un e-shop peut transformer chaque interaction post-achat en opportunité de **renforcer la relation client**, ce qui a un impact direct sur le succès à long terme de la boutique en ligne.





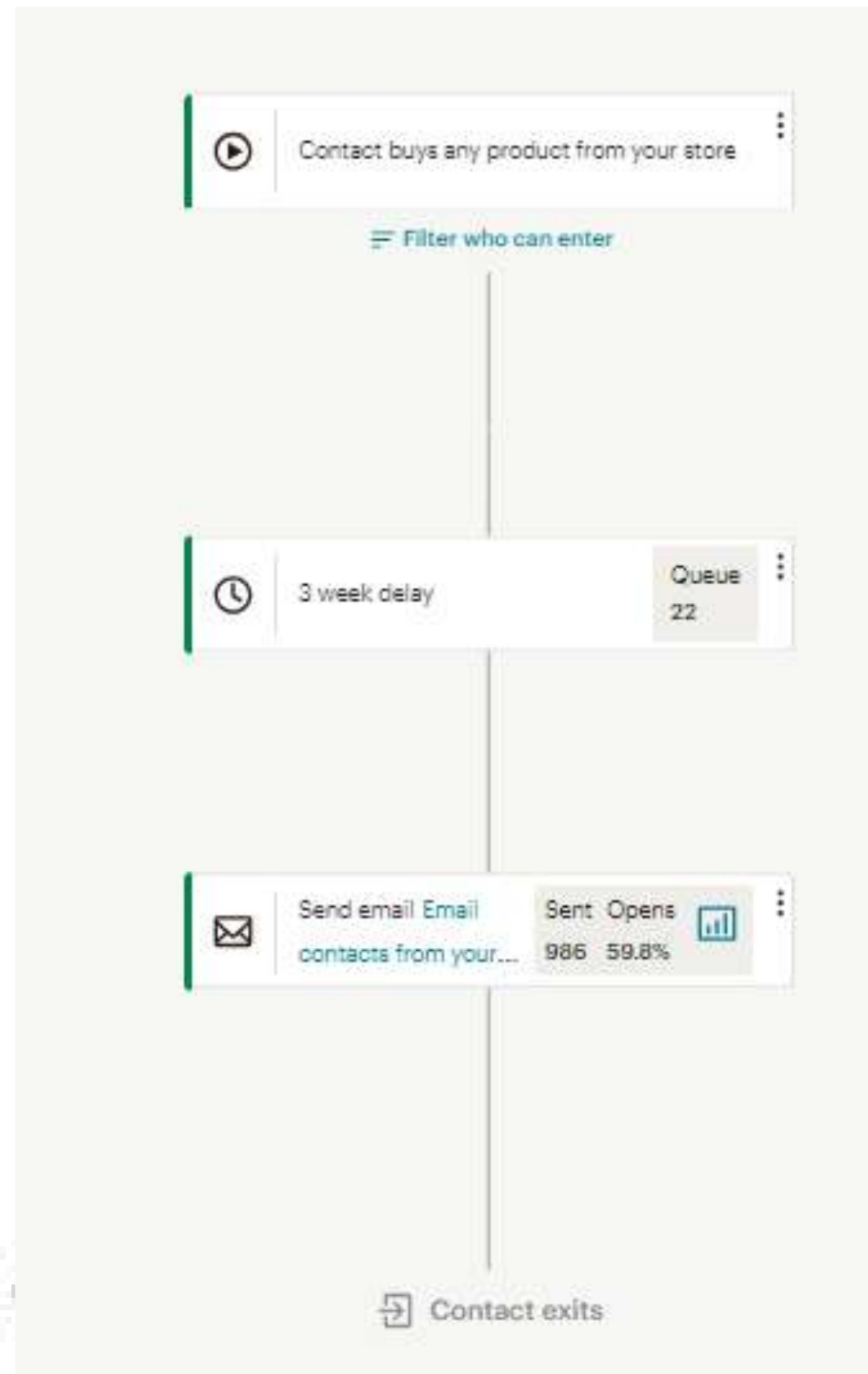
4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT

A) Le rôle du suivi après l'achat

- Envoyer un **email personnalisé de remerciement** peu de temps après l'achat crée une relation positive dès la fin du processus de vente. Cela montre que la marque apprécie le client.
- Solliciter les clients pour qu'**ils laissent un avis** en ligne sur le produit ou le service est crucial pour générer du contenu et améliorer la réputation de l'e-shop. Ces avis sont très influents pour les futurs acheteurs et renforcent la crédibilité de l'entreprise.



4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT



Active since

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



4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT

Avis

Les avis ne sont pas vérifiés ⓘ

Cybo

4,0/5

316 avis

Google

4,4/5

130 avis

+ Ajouter un avis



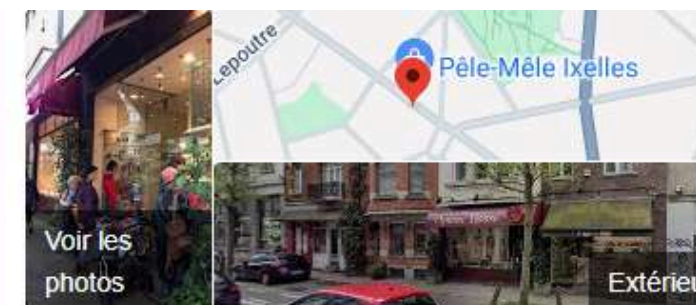
Mathilde AITHAMON
Avis de Google

5/5 · il y a un mois

Deuxième expérience chez les casse pieds et c'est toujours un réel plaisir. Que ce soit sur les réseaux pour échanger/poser une question à Madame Nathalie on a... Plus



Silvia Tagliavini
Avis de Google



Les Casse Pieds, chaussures enfants

4,4 ★★★★★ (130) ⓘ

Magasin de chaussures à Ixelles

Site Web

Itinéraire

Enregistrer

Partager

Appeler



Search bar: [X] [Microphone] [Image] [Search]

Navigation: Tous Images Produits Vidéos Actualités Livres Web Plus Outils

Votre établissement sur Google Efficacité de la fiche
125 interactions avec les clients Compléter les infos

Éditer la fiche Voir les avis Photos Performances Publicité Éditer produits

Éditer services Questions Ajouter actu **Demander d...**

Customefy

T Théodora Greindl
Post public sur Google ⓘ

☆☆☆☆☆

Partagez votre expérience concernant ce lieu

[Ajouter des photos et vidéos](#)

Annuler Publier

Recueillez plus d'avis

Donnez à vos clients un lien pour évaluer votre établissement sur Google

Les avis permettent de gagner la confiance des clients, et aident la fiche de votre établissement à se démarquer dans la recherche et sur Maps

E-mail WhatsApp Facebook

Lien de l'avis

[En savoir plus](#) sur les bonnes pratiques pour demander l'avis des clients et gérer les avis négatifs

4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT



4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT

B) Créer des ambassadeurs de marque

- Une fois les clients satisfaits, les encourager à **partager leur expérience** avec leurs amis et followers sur les réseaux sociaux.
- Les avis en ligne sur les plateformes comme Trustpilot, **Google Reviews**, ou le site web de l'e-shop lui-même sont un puissant levier de recommandation (le monde attire le monde).
- Programmes de **parrainage**



4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT

C) Gérer les retours et les réclamations

- Un **client mécontent** peut devenir un ambassadeur si sa réclamation est traitée avec attention et professionnalisme. En répondant rapidement, en montrant de l'empathie et en offrant des solutions simples (remboursement, échange, geste commercial), on peut transformer une mauvaise expérience en **opportunité de fidélisation**.



4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT

- Une **politique de retour claire**, simple et sans coût supplémentaire crée de la confiance chez les clients. Ils se sentiront plus à l'aise d'acheter sur le site s'ils savent que les retours sont faciles, augmentant ainsi la probabilité de passage à l'acte d'achat.
- En cas de **réclamation**, une gestion **proactive** et bienveillante peut redresser l'image d'une marque aux yeux du client. Si le problème est bien résolu, le client peut même en parler positivement à son entourage, créant ainsi une nouvelle opportunité de bouche-à-oreille.




8

4. EXPÉRIENCE POST-ACHAT

LIVRAISON GRATUITE À PARTIR DE 50€ : VÉRIFIEZ VOTRE PAYS

LA MARQUE ▾ DURABILITÉ ▾ BLOG PRESSE CONTACT FRANÇAIS ▾

 KALANI
finest natural home linen

🔍 👤 🛒

LINGE DE LIT ▾ LITERIE ▾ LINGE DE BAIN ▾ LINGE DE TABLE ▾ LOUNGEWEAR ▾ ACCESSOIRES ▾ **OUTLET** CARTE CADEAU HOTELLERIE

Retour Home · Retour

Vous avez changé d'avis ou vous vous êtes trompé dans votre achat ?
Nous vous laissons 30 jours de réflexion, au lieu des 14 prévus par la loi, pour changer d'avis.
Tout achat (non utilisé, non lavé, et soigneusement replié dans son emballage d'origine), peut être retourné en modifiant votre commande via votre compte client :

- Accédez à votre historique de commandes depuis votre compte client ;
- Sélectionnez la commande contenant le produit que vous souhaitez renvoyer ;
- Sélectionnez le(s) produit(s) que vous voulez renvoyer en cochant la case à côté de la référence produit ;
- Dans le champ "Commentaire", indiquez si vous souhaitez un échange*, un bon d'achat ou un remboursement, et notez la raison du retour ;
 - Si vous n'avez PAS payé avec des écochèques, vous avez droit à un échange, un bon d'achat ou un remboursement ;
 - Si vous avez payé avec des écochèques, vous avez droit à un échange ou un bon d'achat ;
 - * Dans le cas d'un échange : veuillez indiquer dans le champ "Commentaire" par quel(s) produit(s) vous souhaitez remplacer votre achat.
- Nous nous occuperons de vous renvoyer le(s) nouveau(x) produit(s) dès réception de votre colis de retour ;
- Cliquez ensuite sur le bouton de confirmation ;
- Imprimez le bon de retour, joignez-le au bon de livraison que vous avez reçu avec votre commande, remballiez le(s) produit(s) avec ces deux documents dans leur emballage d'origine soigneusement refermé (si ce que vous renvoyez n'est qu'une partie de votre commande, vous pouvez bien entendu utiliser un emballage de votre choix, à condition qu'il soit propre et adapté pour protéger le(s) produit(s)) ;
- Renvoyez le colis à l'adresse suivante :
KALANI S.A.



5. Le pouvoir des avis

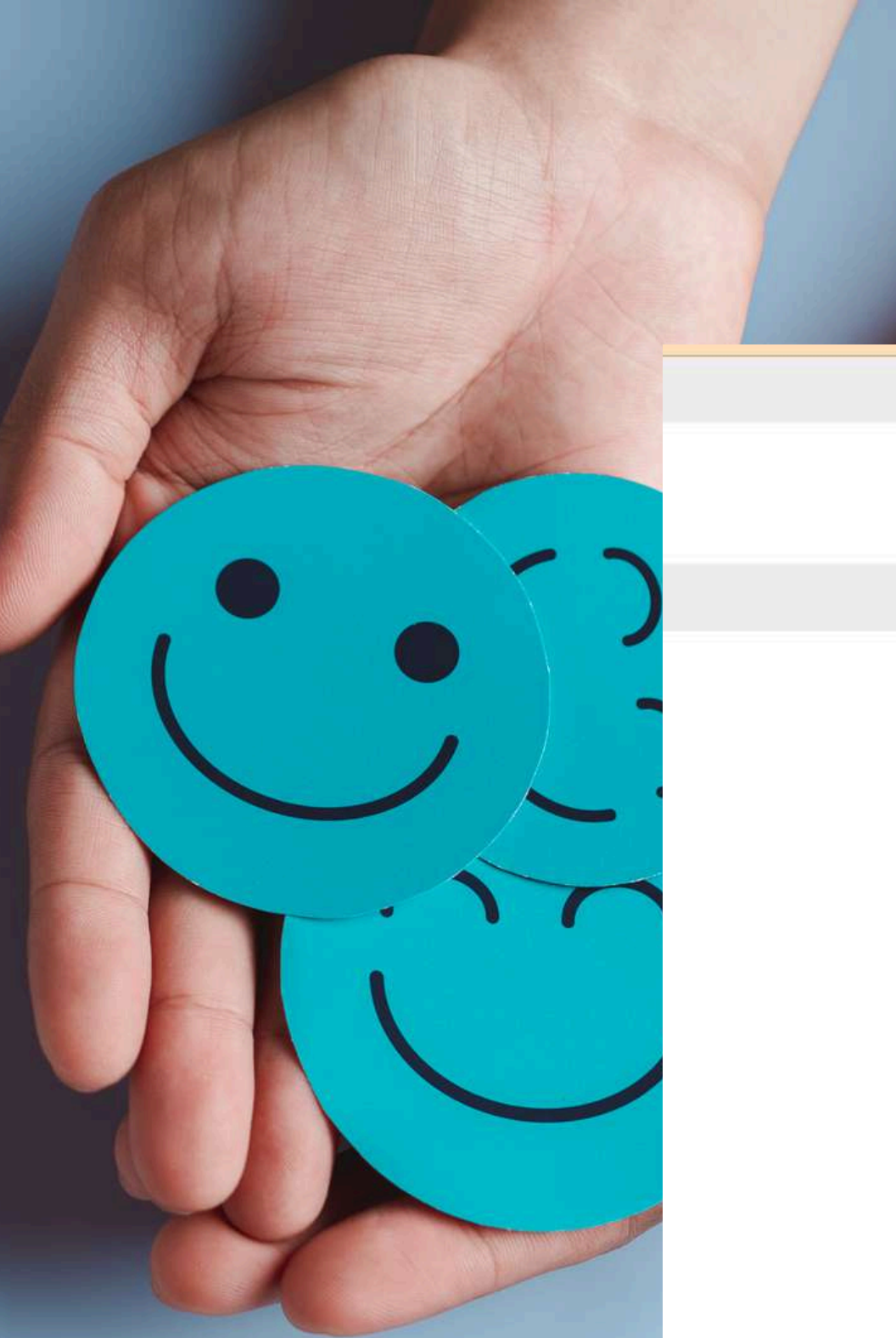
Les avis clients et le contenu généré par les utilisateurs (UGC) ne sont pas seulement des **témoignages d'expérience**, mais aussi des **outils puissants** pour bâtir la crédibilité, la confiance, et renforcer les ventes d'un e-commerce



5. LE POUVOIR DES AVIS

A) Importance des avis clients

- **Les avis clients jouent un rôle crucial** dans le processus de décision des consommateurs. En e-commerce, un client potentiel ne peut pas toucher ni tester les produits avant d'acheter, donc il se base **sur les expériences partagées par d'autres utilisateurs** pour évaluer la qualité et la crédibilité du produit. Selon une étude, environ 93 % des consommateurs lisent des avis en ligne avant de faire un achat, et plus de 80 % des acheteurs font autant confiance aux avis en ligne qu'aux recommandations personnelles.



LIVRAISON GRATUITE À PARTIR DE 50€ : VÉRIFIEZ VOTRE PAYS

LA MARQUE ▾ DURABILITÉ ▾ BLOG PRESSE CONTACT FRANÇAIS ▾



LINGE DE LIT ▾ LITERIE ▾ LINGE DE BAIN ▾ LINGE DE TABLE ▾ LOUNGEWEAR ▾ ACCESSOIRES ▾ **OUTLET** CARTE CADEAU HOTELLERIE

24 avis pour Drap de bain/douche Luxe

Krisztina - 6 juillet 2024



Excellent service, top quality bath sheet. Thank you, Kalani team!

lynette - 20 juin 2024



Super happy with the quality of the bath towels and the size!!

Jérôme - 28 mai 2024



Supers serviettes qui me ravissent chaque matin!

Laura - 27 mai 2024



OMG I LOVE these towels!! 😍 They are super soft and comfortable - drying your skin with them feels like hugging a teddy bear 🧸 😊
The quality of the fabric is fantastic, the colour choices are beautifully timeless, and I love that everything is sustainably sourced, and that every step is treated with so much attention to detail and care! Also the Kalani staff is super adorable, friendly and efficient 😊 Definitely recommend! 😍 😊

Daniela - 21 mai 2024



Very happy with the towels, great quality!

9

5. LE POUVOIR DES AVIS



5. LE POUVOIR DES AVIS

- La transparence des avis, qu'ils soient **positifs ou négatifs**, aide à bâtir la confiance des nouveaux clients. Des avis authentiques renforcent la crédibilité de l'e-shop en montrant que l'entreprise est prête à accueillir des retours, qu'ils soient bons ou mauvais. Cela contribue à établir une image de marque transparente et honnête, deux éléments essentiels pour fidéliser la clientèle et augmenter le taux de conversion. D'où l'importance de **répondre aux avis** avec bienveillance.




9

5. LE POUVOIR DES AVIS

 Kevin – 10 octobre 2023



Handdoeken zijn goed, maar op de website staat dat ze gemaakt worden in België (reden van aankoop). Op de handdoeken daarentegen staat dat ze gemaakt worden in Turkije. Triest om klanten zo verkeerd te informeren.

 Valentine – 18 octobre 2023

Beste,

Sorry, de laatste productie van Handdoeken gemaakt in Turkije is vorige week binnengekomen en we hebben nog geen tijd genomen om de productpagina's bij te werken. De Productie pagina werd ondertussen bijgewerkt en aangepast. De productpagina's zullen in de komende dagen ook bijgewerkt worden. Maar u bent gelijk, we begrijpen dat het verwarrend voor u was en we kunnen de handdoeken terugnemen als u dat wilt.

Op dit moment werd 80% van onze voorraad handdoeken nog geproduceerd in België, maar stap na stap, afhankelijk van de beschikbare maten en kleuren, introduceren we de nieuwe productie. Zoals uitgelegd op de productie pagina, werd de productie in België gemaakt in de laatste Belgische fabriek met katoengaren geïmporteerd uit India. Helaas veranderde de fabriek van eigenaar en mochten we daar niet meer produceren. We hebben de nieuwe productie dus overgebracht naar Turkije, maar in een veel modernere fabriek en de biologische katoen is ook lokaal uit het Egeïsche gebied, dus alles in aanmerking genomen is de nieuwe productie nog lokaler, met minder transport en ook meer ecologisch.

Met vriendelijke groeten,

Het Kalani team



5. LE POUVOIR DES AVIS

B) Optimiser la collecte et l'affichage des avis

- Des plateformes comme Trustpilot permettent de solliciter facilement des avis après achat. Ces outils envoient automatiquement des emails aux clients pour leur demander de laisser un avis, ce qui simplifie le processus et **augmente le taux de réponse.**
- Exemple Google Review



5. LE POUVOIR DES AVIS

- **L'affichage des avis** doit être bien intégré sur le site, notamment **sur les fiches produits**, pour que les clients puissent y accéder facilement. Il est important de montrer les avis positifs, mais aussi les négatifs, tout en y **répondant de manière constructive** pour montrer que l'entreprise prend en compte les retours clients. Le format visuel compte également : l'utilisation d'étoiles, de notes globales et de sections de "meilleurs avis" rend l'affichage plus attractif.

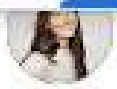


5. LE POUVOIR DES AVIS

tablissement sur Google Efficacité de la fiche


← Avis

Tous Réponse reçue Sans réponse

 1 avis • 0 photo



★★★★★ 14 déc. 2022


Ravie de mes achats! Comme à chaque fois, les deux sacs sont magnifiques!!!

 **Customefy**
Propriétaire

8 mars 2023

Merci pour ce message enthousiaste :) Nous sommes ravis de savoir que les sacs de voyage personnalisés font des heureux et nous espérons qu'ils partiront en vadrouille pour créer plein de beaux moments en famille :)

 Modifier  Supprimer

 Francois de Crane



5. LE POUVOIR DES AVIS

C) UGC (User Generated Content)

- Le contenu généré par les utilisateurs (UGC) inclut les photos, vidéos, témoignages ou critiques que les clients partagent sur leurs réseaux sociaux. Ce type de contenu est très puissant, car il est perçu comme **plus authentique** et impartial que les campagnes de publicité traditionnelles. Il peut ensuite être **réutilisé** pour renforcer la stratégie marketing.



Et maintenant?

Check list par mail

Avis Google

Offre d'accompagnements personnalisés

Videos et checklist sur le site

18/10: Je prépare mon BLACK ou GREEN Friday !



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
- AUDIT & COACHING
- SERVICES
- VISIBILITY
- EVENTS

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

WEBINAIRE

**Mon expérience
client devient ma
meilleure publicité !**

En ligne

10/10/ 2024

13h - 14h

Infos & inscriptions:

Les e-shops belges > events

