



Guide e-commerce 2023

Retrouvez toutes les dates clés ainsi que des fiches pratiques et des conseils pour préparer votre boutique à tous les temps forts e-commerce de l'année 2023.



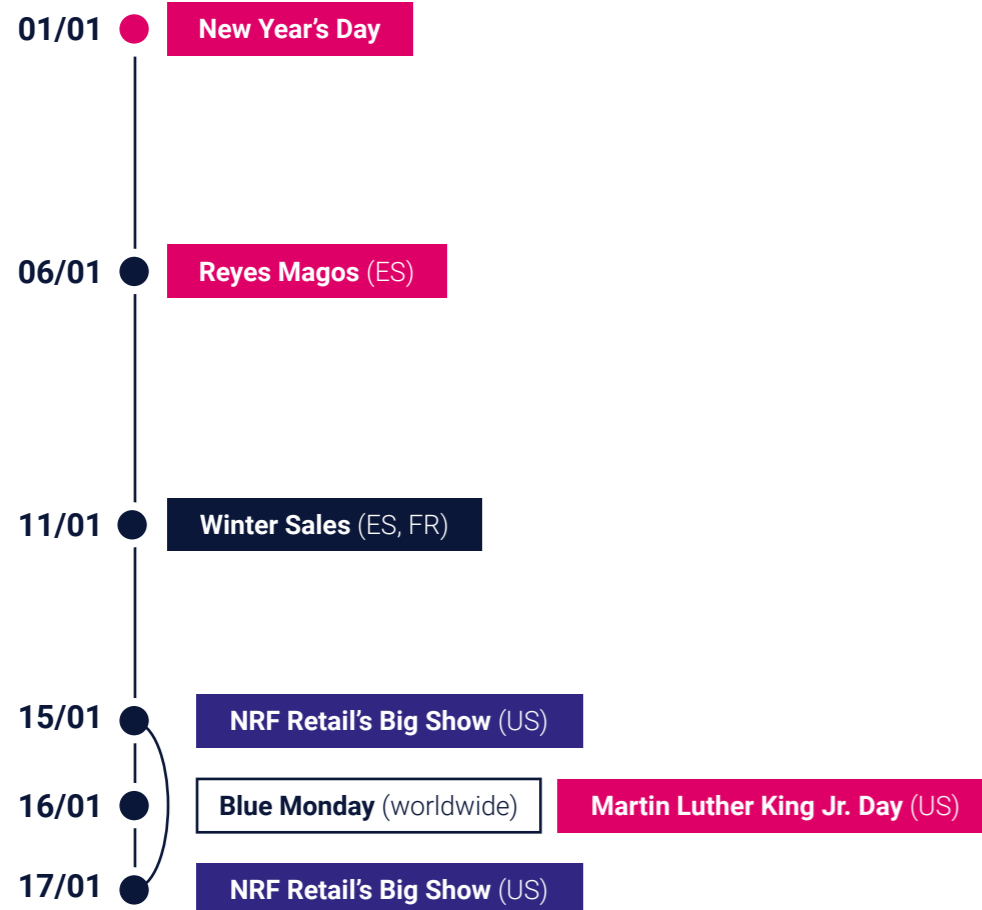
| Édito

Chaque année, PrestaShop élabore un calendrier e-commerce à destination de sa communauté de marchands résumant les temps forts incontournables. Dans cette version 2023, retrouvez toutes les dates clés pour l'animation de votre boutique en ligne, ainsi que des fiches pratiques et des conseils e-commerce pour vous aider à vous préparer. Soldes, paiement en plusieurs fois, Black Week, etc.

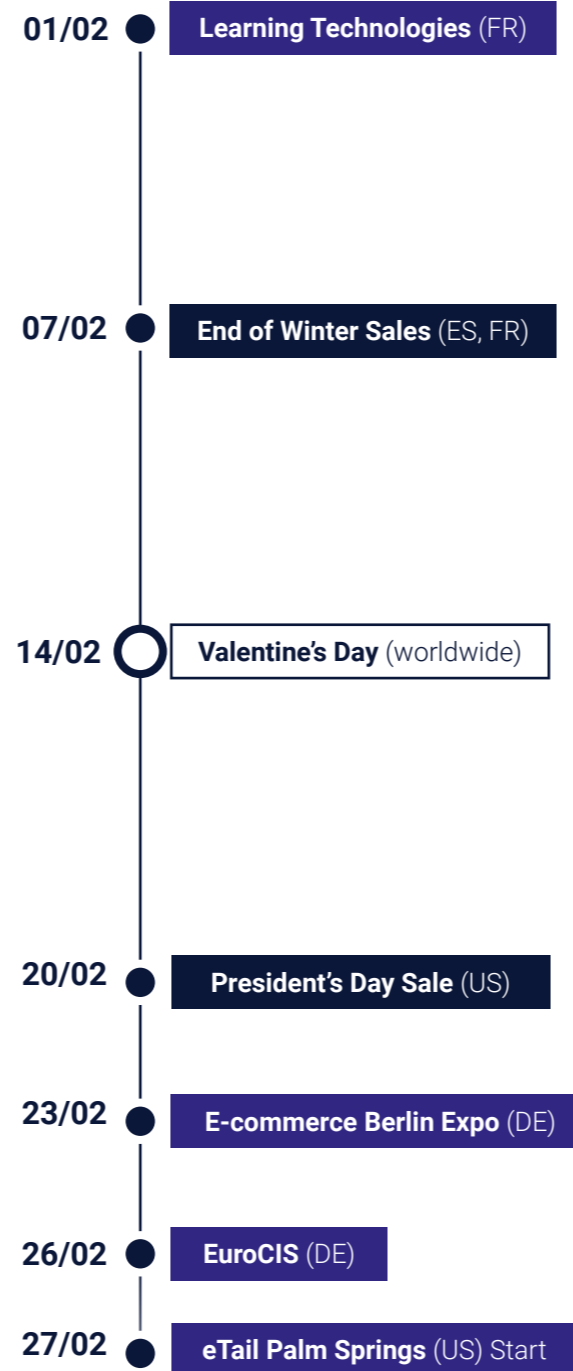
**Ne manquez aucune opportunité
de booster vos ventes !**

1^{er} trimestre 2023

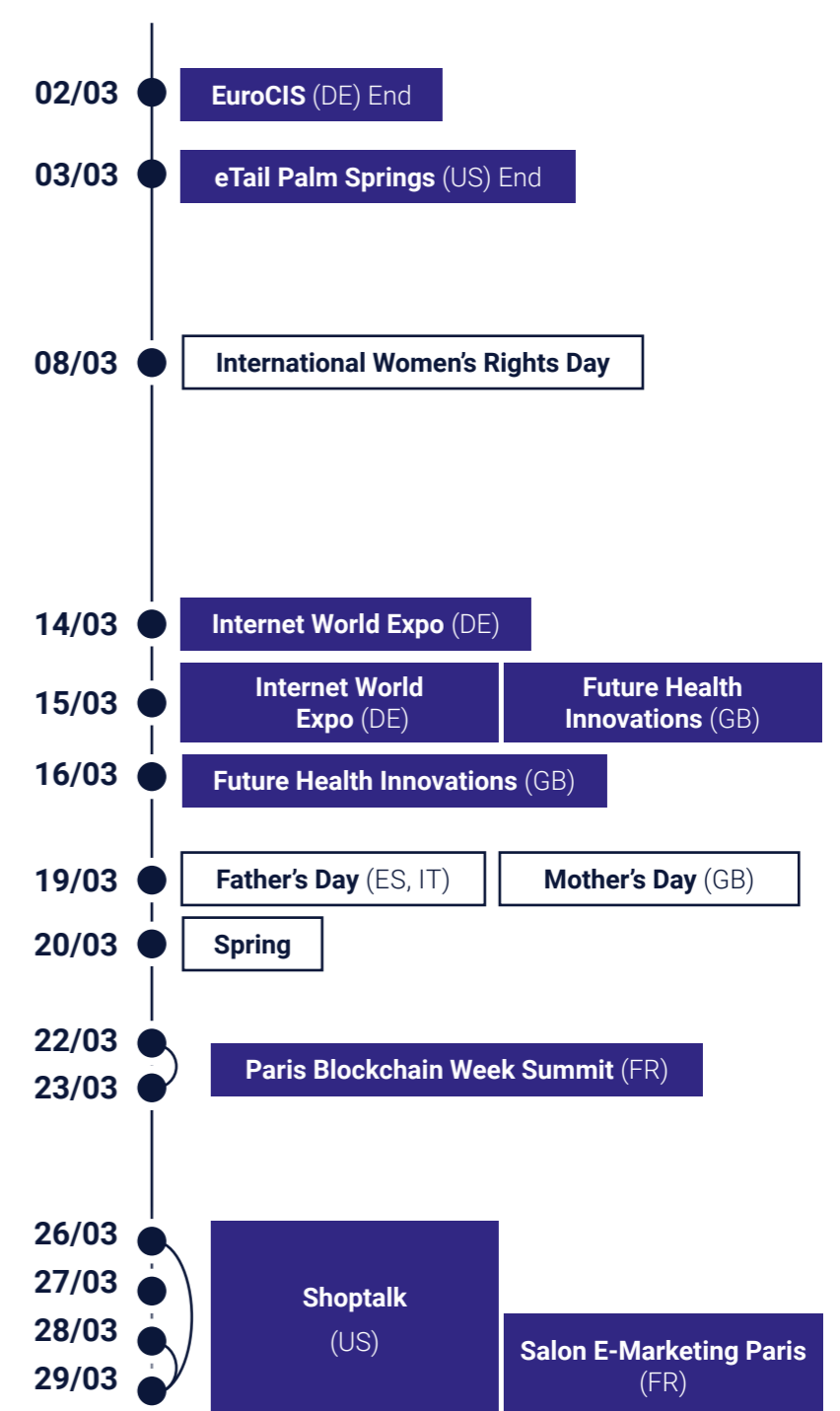
JANVIER



FÉVRIER



MARS



2^e trimestre 2023

AVRIL

- 02/04 ● Semana Santa (ES)
- 09/04 ● Easter

MAI

- 01/05 ● Labour Day (FR, BE, ES, IT, DE, PL, MX, IN, NL, AR)
- 02/05 ● Labour Day (GB)
- 14/05 ● Mother's Day (BE, US, IT, DE, CN, IN, NL)
- 18/05 ● Father's Day (DE)
- 28/05 ● Roland Garros (FR) / Mother's Day (FR)
- 29/05 ● Memorial Day Weekend Sale (US) / Whit Monday (FR, BE, ES, IT, DE, PL, NL)

JUIN

- 01/06 ● Father's Day (BE)
- 14/06 ● VivaTech Paris (FR)
- 17/06 ●
- 18/06 ● Father's Day (FR, US, MX, CN, IN, GB,)
- 21/06 ● Summer
- 23/06 ● Father's Day (PL)
- 24/06 ● Summer Holidays (PL)
- 27/06 ● Summer Sales (FR)

3^e trimestre 2023

JUILLET

- 01/07 ● Summer Holidays (BE) Summer Sales (BE)
- 04/07 ● Wimbledon (GB) Summer Holidays (US)
- 07/07 ● Summer Holidays (FR, ES, IT, AR)

AOÛT

- 21/08 ● Back to school (NL)
- 31/08 ● Back to school (GB)

SEPTEMBRE

- 01/09 ● Back to school (FR)
- 05/09 ● Labor Day (US)

4^e trimestre 2023

OCTOBRE



NOVEMBRE



DÉCEMBRE



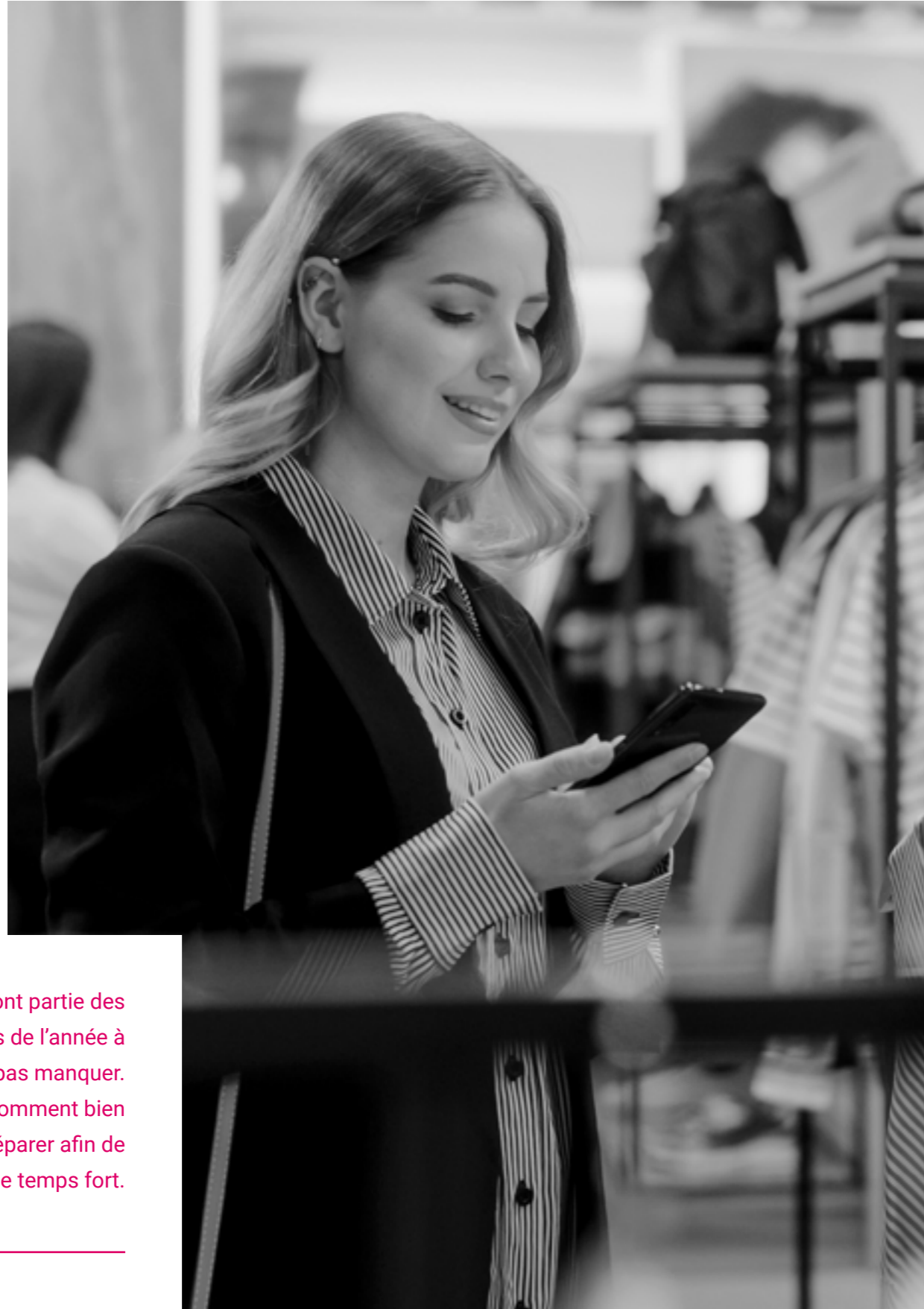


Conseils e-commerce

Les achats sur internet ne cessent d'augmenter et les boutiques en ligne se multiplient. Il est important de faire la différence afin que votre e-commerce soit performant, surtout dans les temps forts. C'est pourquoi nous vous avons sélectionné les moments les plus importants de l'année. Nous les avons analysés et décryptés afin de vous donner les clés pour réussir.

Découvrez nos conseils e-commerce.

Les soldes



Les soldes font partie des événements de l'année à ne pas manquer. Découvrez comment bien vous préparer afin de réussir ce temps fort.

Quelques chiffres clés

+11,8%

d'augmentation du chiffre d'affaires des soldes e-commerce en France en 2022⁽¹⁾

43,7%

des consommateurs estiment qu'une remise doit au moins atteindre 20% du prix⁽²⁾

76%

des consommateurs achètent à la fois en magasin et en ligne⁽³⁾

Checklist pour vous préparer

- Optimiser la vitesse du site
- Créer une catégorie dédiée aux soldes
- Vérifier vos stocks et préparer en amont vos promotions
- Afficher vos éléments de réassurance (avis clients)
- Préparer un emailing à envoyer le premier jour et le dernier jour des soldes
- Faire une seconde démarque au milieu de la période des soldes
- Booster votre trafic avec des annonces via Google Ads, Facebook ou Instagram
- Annoncer vos offres avec des bannières et pop-up
- Mettre en place des ventes croisées dans le panier et sur vos fiches produit
- Relancer les paniers abandonnés

Notre sélection de modules pour vous aider



NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

La Saint-Valentin



La Saint-Valentin est la 3^e fête commerciale la plus attendue de l'année. Anticipez la préparation de votre boutique pour faire décoller vos ventes.

Quelques chiffres clés

+36%

des Français attendaient la Saint-Valentin en 2022

61€

est le panier moyen au Royaume-Uni pour la Saint-Valentin⁽¹⁾

21,8

MILLIARDS DE \$
c'est ce que les Américains ont dépensé en 2021 pour la Saint-Valentin⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

- Créer une catégorie cadeaux dédiée pour lui et pour elle
- Préparer une newsletter spéciale Saint-Valentin
- Proposer des cartes cadeaux pour les retardataires ou les indécis
- Proposer le paiement en plusieurs fois
- Assurer la livraison avant le 14 février
- Proposer des emballages cadeaux

Notre sélection de modules pour vous aider



Carte Cadeau



Creative Element



Klaviyo

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Les fêtes familiales



Fête des mères, des pères, des grands-parents....
Là encore, le plaisir d'offrir est une bonne occasion pour vos clients de trouver LE cadeau idéal.

Quelques chiffres clés

36%

des consommateurs effectuent une recherche en ligne avant d'acheter un cadeau pour les différentes fêtes⁽¹⁾

28,1

MILLIARDS DE \$
de dépenses en 2021 pour la fête des mères

50%

des internautes ont acheté des cartes cadeaux pour leur mère en 2021⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

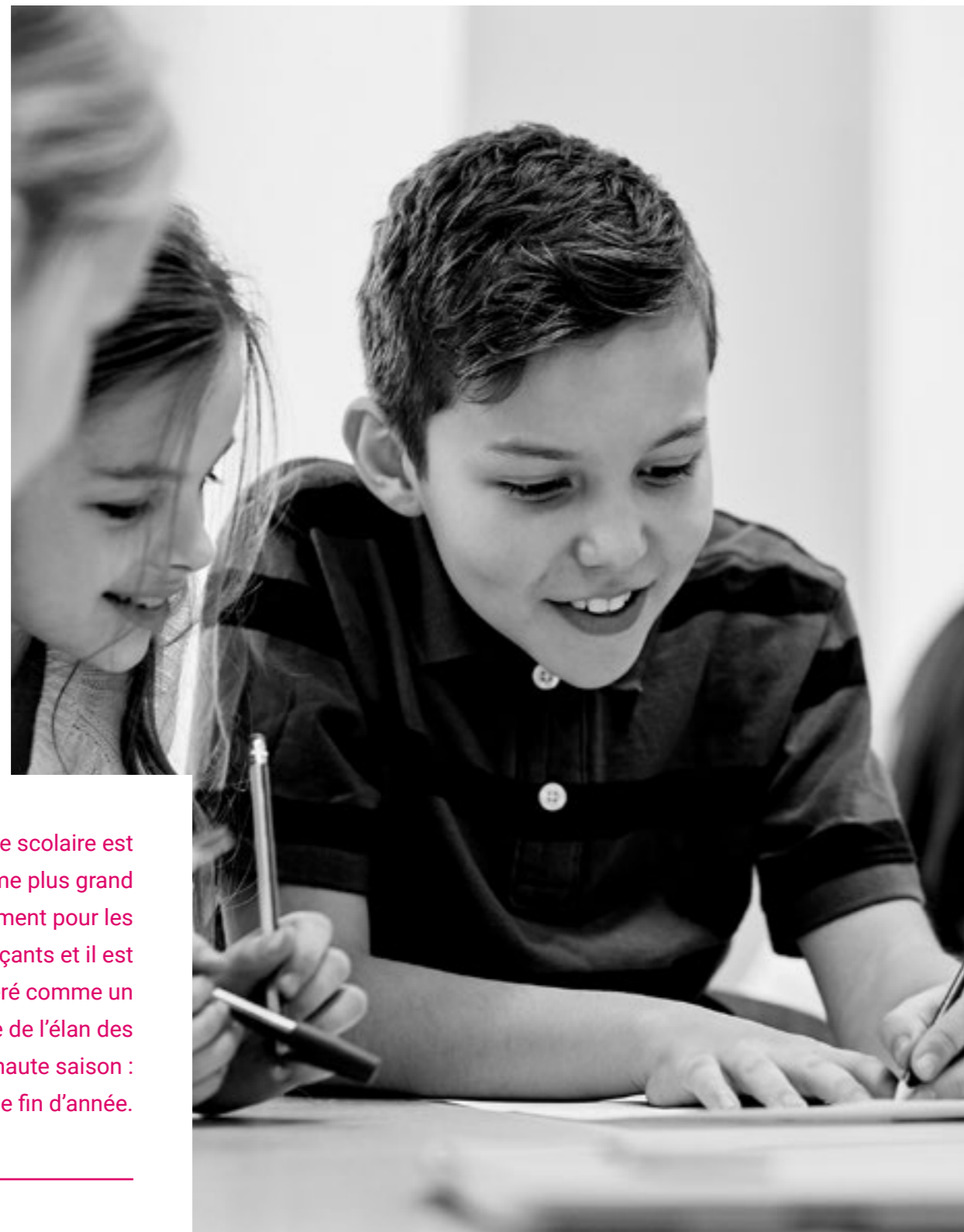
- Envoyer des notifications push ou des SMS pour présenter vos offres
- Proposer une sélection d'idées de cadeaux adaptés
- Suggérer des filtres adaptés aux requêtes possibles
- Envoyer des newsletters avec les sélections d'idées cadeaux
- Créer des coffrets cadeaux
- Proposer une carte cadeau à utiliser en ligne
- Proposer un emballage cadeau
- Assurer la livraison avant le jour de la fête en question

Notre sélection de modules pour vous aider

 Cross Selling on Cart Ventes Croisées & Suggestions	 Bundle & Pack de produits Emballage cadeau	 Store commander
---	--	--

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

La rentrée des classes



La rentrée scolaire est le deuxième plus grand événement pour les e-commerçants et il est souvent considéré comme un indicateur précoce de l'élan des ventes avant la haute saison : les ventes de fin d'année.

Quelques chiffres clés

+4,3%

de ventes e-commerce de l'année sont enregistrées à l'occasion de la rentrée des classes

+8,7%

d'augmentation pour les ventes de vêtements sur cette période⁽¹⁾

39%

des internautes ont prévu de faire leurs achats pour la rentrée sur internet⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

- Synchroniser vos produits sur des comparateurs de prix pour augmenter votre visibilité
- Envoyer une newsletter début juillet pour promouvoir vos produits
- Offrir des bons de réductions personnalisés à vos clients
- Communiquer sur vos réseaux sociaux
- Proposer un parcours d'achat personnalisé

Notre sélection de modules pour vous aider



PayPal



Onlive.site

Google Merchant Center

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Black Friday



L'évènement du Black Friday tombe le dernier vendredi du mois de novembre. C'est l'une des plus grandes journées de l'année pour le e-commerce et le point de départ du pic de fin d'année pour les marchands.

Quelques chiffres clés

+ DE 20%

du chiffre d'affaires des e-commerçants est généré pendant le Black Friday⁽¹⁾

23%

c'est l'augmentation des ventes du Black Friday entre 2021 et 2019, avant la pandémie

16%

d'augmentation du panier moyen en 2021 par rapport à l'année 2020⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

- Prévenir son hébergeur afin d'anticiper une augmentation de trafic sur le site
- Envoyer un email au début de l'opération et à la fin de celle-ci
- Créer des bannières aux couleurs du Black Friday
- Créer un sentiment d'urgence avec des comptes à rebours
- Proposer plusieurs moyens de paiement
- Prolonger votre Black Friday avec le Cyber Monday
- Prévoir un budget pour Google Ads

Notre sélection de modules pour vous aider

Mode Black Friday

Mailchimp

Glodio

PrestaShop Marketing with Google

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Les fêtes de fin d'année



Après Black Friday, l'événement clé dans le e-commerce correspond aux fêtes de fin d'année. Les cadeaux de Noël, pour ne citer qu'eux, sont une occasion supplémentaire pour finir l'année en beauté. Découvrez comment se préparer à ce dernier temps fort.

Quelques chiffres clés

+6,1%

d'augmentation des ventes en ligne prévue en 2022 pour les fêtes de fin d'année aux États-Unis⁽¹⁾

89%

des Français comptent réaliser leurs achats de Noël en ligne

131€

de budget pour les cadeaux des parents pour leurs enfants⁽²⁾

75%

des internautes ont fait l'intégralité ou la majeure partie de leurs achats de Noël en ligne.⁽³⁾

Checklist pour vous préparer

- Faire une sélection d'idées cadeaux
- Suggérer des cartes cadeaux dématérialisées
- Conseiller des cadeaux personnalisables
- Proposer des emballages cadeaux et des mots personnalisés
- Préparer un workflow de newsletters pour prévenir vos clients et proposer vos idées cadeaux
- Mettre en avant vos éléments de réassurance de livraison pour rassurer le client qu'il sera livré à temps
- Préparer des campagnes de remarketing, sur vos réseaux sociaux et via Google Ads pour augmenter votre trafic

Notre sélection de modules pour vous aider

Motive Search (ES)



Boxtal



Gel Proximity (IT)



PrestaShop checkout

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES



Les bonnes pratiques e-commerce

L'écosystème du e-commerce étant en constante évolution, il est important de connaître les bonnes pratiques afin de booster vos ventes, fidéliser votre clientèle et ainsi perfectionner votre boutique. Acquisition, omnicanalité, social selling, paiement en plusieurs fois...

Découvrez tout ce qu'il faut savoir pour réussir grâce à ces bonnes pratiques e-commerce.

Acquisition



L'acquisition en e-commerce consiste à générer plus de visites sur votre site. L'objectif est d'attirer des visiteurs qualifiés pour générer plus de ventes.

Quelques chiffres clés

+ DE 50%

des achats s'effectuent sur internet

15,1%

d'augmentation annuelle des ventes en lignes en 2022

63%

des consommateurs cliquent sur une publicité Google Ads

x4

le système de parrainage entraîne 4 fois plus de chance pour un client d'acheter sur votre site internet

49%

des consommateurs suivent les recommandations des influenceurs pour choisir un produit.⁽¹⁾

Checklist pour vous préparer

- Le guest blogging : publier du contenu sur un autre site afin d'obtenir des backlinks et booster votre référencement
- Trouver des influenceurs qualifiés pour des partenariats
- Réaliser des campagnes Google Ads pour cibler les clients qui recherchent des produits similaires aux vôtres
- Réaliser des campagnes sur les réseaux sociaux
- Mettre en place un système de parrainage
- Traduire son site e-commerce
- S'inscrire sur les marketplaces
- Animer un blog sur votre site pour booster votre SEO

Notre sélection de modules pour vous aider



PrestaShop
Facebook



Clickcease
by Cheq

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Omnicanalité



Les habitudes de consommation et les techniques de vente étant en constante évolution, nous sommes passés en peu de temps du cross canal au multicanal pour enfin nous diriger vers l'omnicanal. Aujourd'hui il est primordial de considérer l'omnicanalité dans votre stratégie e-commerce, et ainsi laisser aux clients le choix du canal pour acheter vos produits.

Quelques chiffres clés

+50%

des entreprises françaises reconnaissent que le commerce en ligne est un moyen de développer les ventes physiques

89%

une entreprise possédant une stratégie omnicanale avec un fort taux d'engagement fidélise 89% de ses clients (33% pour les marques ayant une omnicanalité moins engageante)

64%

des acheteurs préfèrent acheter des marques qui ont à la fois une présence physique et numérique

59%

du trafic internet mondial devrait être issu de mobiles en 2022

Checklist pour vous préparer

- Proposer le click & collect
- Optimiser son site internet pour le mobile
- Multiplier les canaux de distributions en ligne via des revendeurs ou des marketplaces
- Avoir une communication unifiée
- Faire du social commerce : synchroniser ses produits sur les boutiques des réseaux sociaux
- Synchroniser ses produits sur les marketplaces à l'aide de modules
- Synchroniser ses stocks sur les différents canaux
- Faire apparaître ses produits sur l'onglet "Shopping" de Google
- Avoir un workflow d'e-mails marketing (suivi de commande, relance de panier abandonné, sollicitation d'avis...)

Notre sélection de modules pour vous aider



PayPlug



PrestaShop Marketing with Google



Rock POS - Point de Vente et Omnicanal



Click & Collect Advanced / E-Reservation checkout

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Social commerce



Le social commerce est devenu incontournable depuis la montée en puissance des réseaux sociaux comme canaux de vente. Il permet d'augmenter sa visibilité et sa notoriété, faire grossir sa communauté et d'acquérir de nouveaux clients. TikTok, Facebook, LinkedIn, Instagram.. tous sont des lieux potentiels pour vendre en ligne.

Quelques chiffres clés

62%

des professionnels du marketing pensent que Facebook est le réseau social le plus efficace pour vendre ses produits

700%

c'est le taux de croissance de TikTok en 2022 dans le social commerce le plaçant en 6^e position dans les réseaux sociaux les plus efficaces pour atteindre ses objectifs commerciaux ⁽¹⁾

2,89

MILLIARDS
d'utilisateurs actifs par mois sont sur Facebook

+1

MILLIARD
d'utilisateurs actifs en 2022 sur TikTok contre 65 millions en 2017⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

- Construire votre marque employeur sur LinkedIn
- Poster du contenu régulièrement et se positionner en tant qu'expert
- Identifier sa clientèle pour réussir son ciblage
- Réaliser des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux
- Proposer de vendre directement sur les réseaux sociaux

Notre sélection de modules pour vous aider

TikTok



PrestaShop
Facebook
& Instagram

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Le paiement en plusieurs fois



Le paiement en plusieurs fois devient chaque année de plus en plus utilisé et apprécié par les clients pour leurs achats en ligne.

Pourquoi proposer le paiement en plusieurs fois ?

**IL PERMET
DE BOOSTER SES
VENTES**

**IL REPRÉSENTE
UN SERVICE
DIFFÉRENCIANT**

**IL FIDÉLISE
LA CLIENTÈLE**

74%

des consommateurs déclarent que le paiement fractionné incite à acheter tout de suite⁽¹⁾

59%

des consommateurs renoncent à un achat si l'enseigne ne propose pas le paiement en plusieurs fois⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

- Proposer des solutions de paiement sécurisé pour rassurer le consommateur
- Travailler avec des partenaires fiables pour proposer le paiement en plusieurs fois
- Préciser dans votre FAQ tous les différents types de paiement que vous proposez

Notre sélection de modules pour vous aider

Clearpay
(EU Only)



Paypal
(paiement en 4x
sans frais)

Klarna

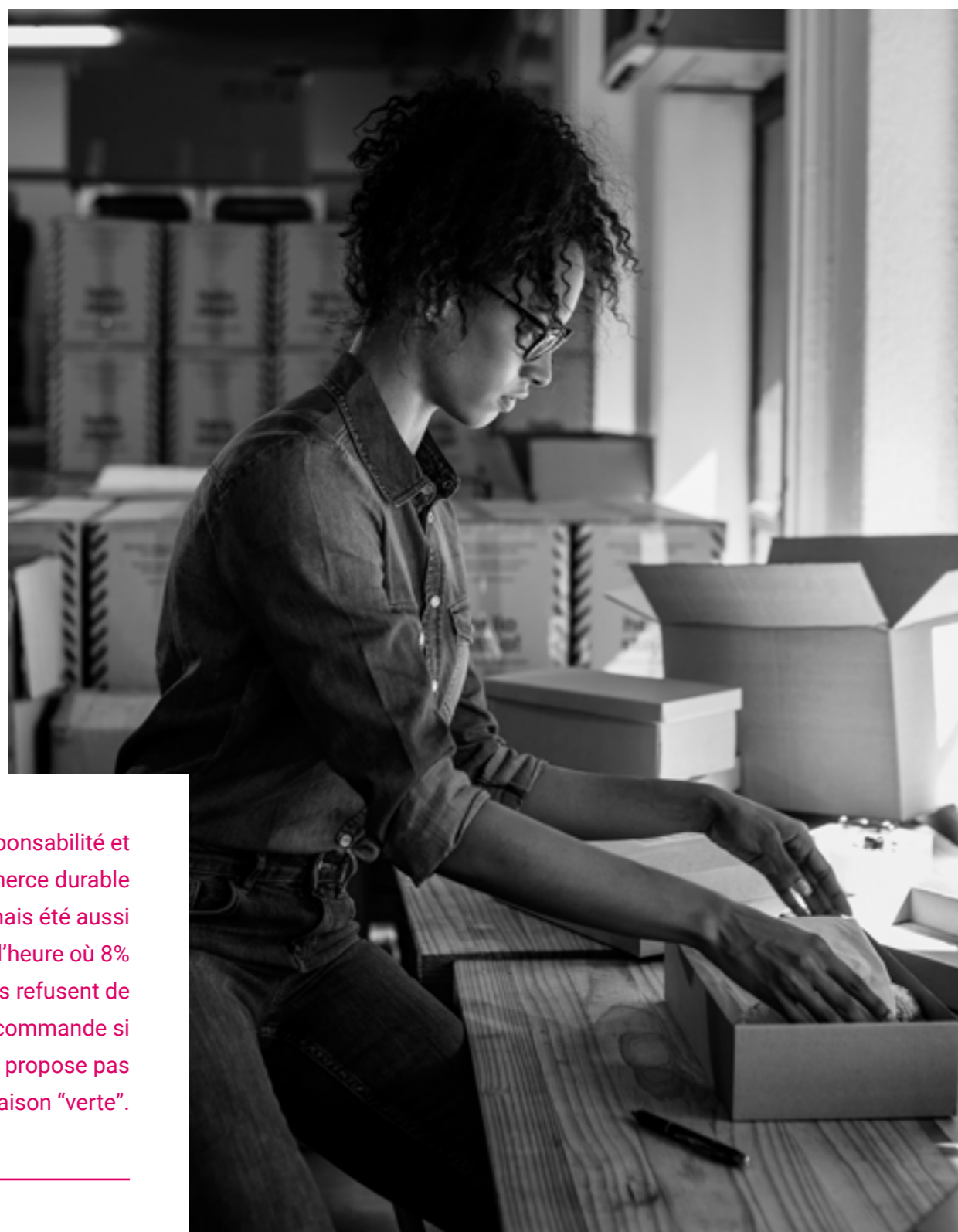


PrestaShop
Paylater

DES RETOURS D'EXPÉRIENCE POUR VOUS DÉCIDER

- Paiement en plusieurs fois : retour d'expérience de deux marchands sur ce must-have des boutiques en ligne
- Vidéo Payplug à visionner

E-commerce durable



L'éco-responsabilité et le e-commerce durable n'ont jamais été aussi actuels, à l'heure où 8% des clients refusent de passer commande si un site ne propose pas de livraison "verte".

Quelques chiffres clés

24%

du volume des conteneurs envoyés par bateau est vide à cause d'emballages trop grands soit l'équivalent de 61 millions de conteneurs par an

-70%

le point relais limite de 70% les arrêts faits par les livreurs, un moyen pour moins polluer⁽¹⁾

Checklist pour vous préparer

- Ajouter dans ses CGV les mesures durables que vous avez mises en place
- Utiliser des emballages à la bonne taille afin d'éviter les espaces vides
- Penser à des matériaux recyclables et/ou réutilisables
- Proposer une livraison neutre en carbone
- Proposer la livraison en point relais
- Être transparent sur vos méthodes d'emballage et solutions logistiques

Notre sélection de modules pour vous aider



Impact



PayGreen - la solution de paiement green



Courrier - Livraison express par coursiers vélo

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Marketplaces



Les places de marché permettent de donner plus de visibilité aux marques et de booster leur notoriété. C'est un levier clé pour augmenter les ventes de fin d'année. Amazon, Cdiscount, Ebay... toutes ces marketplaces influentes sont accessibles facilement grâce à nos modules permettant de synchroniser votre catalogue de produits.

Quelques chiffres clés

42%

des consommateurs ont effectué leurs achats sur des marketplaces

1,8%

de progression des achats en un an

40%

des achats en ligne dans le monde ont été effectués sur des marketplaces en 2020⁽¹⁾

+44%

c'est l'augmentation des ventes par les boutiques sur les marketplaces en 2021⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

- Vendre vos produits sur les marketplaces pour gagner en visibilité
- Choisir la ou les marketplaces adaptées à votre marque
- Sélectionner les produits mais aussi le contenu à mettre en ligne
- Soigner les mots clés utilisés pour améliorer votre référencement

Notre sélection de modules pour vous aider

Amazon Marketplace

FastBay - eBay Marketplace synchronisation

Wish - intégration officielle

Codisto

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Marketing des avis positifs et négatifs



Les consommateurs sont très sensibles aux avis. Ils tendent à regarder ceux laissés sur un produit avant de l'acheter et en cas de mauvais commentaire, la réponse du vendeur doit être rapide et rassurer le client. Les avis négatifs et positifs représentent une véritable opportunité marketing.

Les chiffres à retenir

51%

un avis négatif sans réponse réduit la possibilité d'achat de 51%

96%

des clients lisent les réponses de l'entreprise aux avis

24%

une note globale passant de 3 à 4 étoiles augmente les ventes de 24%⁽¹⁾

60%

des consommateurs consultent les avis des produits avant un achat en Europe. Plus le site génère du trafic, plus la consultation d'avis est importante⁽²⁾

Checklist pour vous préparer

- Répondre à tous les avis positifs et négatifs
- Proposer des solutions commerciales aux avis négatifs
- Remercier les clients qui ont déposé un avis positif
- Envoyer des demandes de mise en ligne d'avis à vos clients pour obtenir plus d'avis
- Tenir à jour les avis et y rester attentif - c'est souvent ce qui constituera la première impression des clients

Notre sélection de modules pour vous aider

J

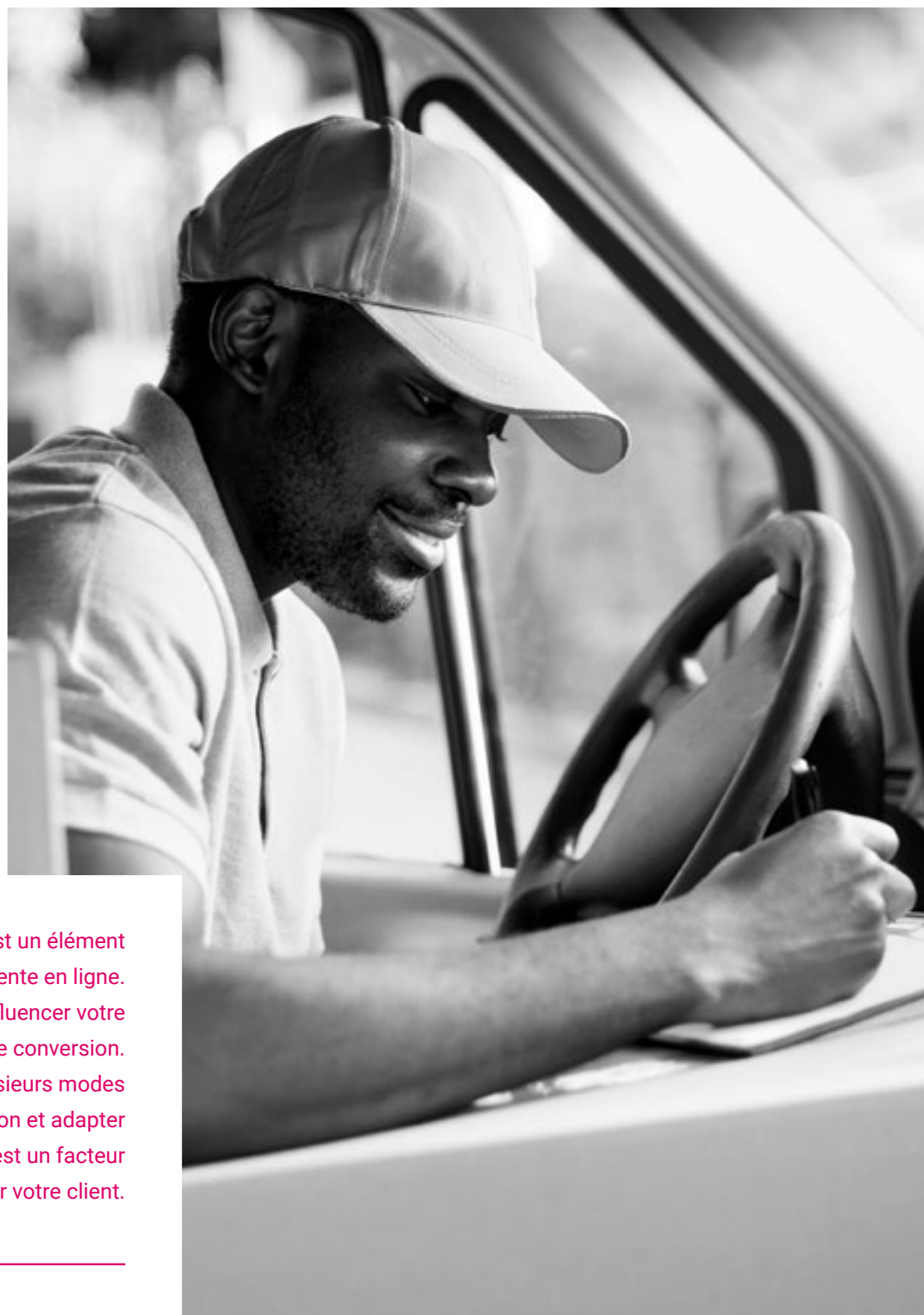
Judge.me

★

Trustpilot

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

Livraison



La livraison est un élément clé dans la vente en ligne. Elle peut influencer votre taux de conversion. Proposer plusieurs modes de livraison et adapter les coûts est un facteur d'achat pour votre client.

Les chiffres à retenir

44%

des abandons de panier sont causés par des délais de livraison trop longs

68%

des abandons de panier résultent des coûts élevés de livraison

8%

des commandes sont annulées lorsque la livraison "verte" n'est pas proposée

51%

des consommateurs ne commandent pas si la politique de retour est inférieure à 30 jours

30%

des consommateurs ne recommandent pas une boutique avec laquelle ils ont eu des problèmes de livraison

4,7

En Europe le délai moyen de livraison attendu est de 4,7 jours

20%

des consommateurs déclarent qu'avoir un suivi de leur commande est très important pour eux

Checklist pour vous préparer

- Proposer plusieurs modes de livraison
- Proposer une solution de livraison verte
- Proposer plusieurs délais de livraison
- Proposer des coûts de livraison évolutifs
- Proposer une livraison à la carte avec le choix de la date de livraison
- Tenir ses clients informés tout au long du processus de livraison
- S'assurer d'avoir des emballages adaptés aux bonnes tailles et penser que ce même emballage peut servir pour un éventuel retour
- Proposer une politique de retour simple et attractive pour rassurer le client avec une étiquette de retour prête à être utilisée

Notre sélection de modules pour vous aider

DHL

Shipstation

Mondial Relay

Colissimo

NOS RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES

- Pourquoi faut-il optimiser la livraison e-commerce ?
- Infographie Shipstation



Accompagnement expert

Découvrez les formations PrestaShop pour marchands, pour développeurs et intégrateurs, ainsi que nos formations en ligne ! Animées par nos experts formateurs, les formations PrestaShop sont idéales pour lancer efficacement votre boutique en ligne, apprendre à développer et intégrer celles de vos clients ou encore à en améliorer le référencement.

Notre équipe est là pour vous renseigner et vous conseiller sur la formation qu'il vous faut.

[En savoir plus](#)

Partenaires de services



Hostinger



PrestaShop
Insurance



prestashop.com