



**Dynamisation**

**Réaliser un diagnostic numérique :  
Les bons outils numériques pour vos commerçants**

## **Réaliser un diagnostic numérique pour évaluer les bons outils pour vos commerçants**

### **Pourquoi réaliser un diagnostic numérique auprès de vos commerçants ?**

Avec la crise sanitaire et économique actuelle, la présence des commerces sur le web soulève plus que jamais des interrogations. Les commerçants absents du web ont particulièrement subi l'isolement et le manque de solutions de distribution pour leurs marchandises.

Un état des lieux de leurs outils numériques existants et/ou à mettre en place pour les aider à améliorer leur communication et leur vente en ces temps difficiles est nécessaire.

Pour cela, il est primordial de faire un inventaire de leurs pratiques numériques actuelles pour déterminer les outils les plus adaptés.

Un diagnostic numérique va vous permettre de mesurer le degré de maturité de vos commerçants à l'utilisation du numérique. Cette démarche vous aidera à évaluer leurs besoins d'accompagnement et de compétences à acquérir en termes d'outils numériques. Par la suite, leur proposer un plan d'actions, à élaborer avec eux, afin d'améliorer leur stratégie de communication digitale et leur gestion des ventes sur le long terme.

Les enjeux pour vos commerçants de mettre en place des outils numériques sont :

- Fidéliser leur clientèle.
- Augmenter leur visibilité sur le web.
- Répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.
- Se faire connaître afin d'acquérir de nouveaux clients.
- Développer leur notoriété.

L'implication de vos commerçants est essentielle dans la mise en place d'outils numériques pour leur activité.

**Dynamisation - Réaliser un diagnostic numérique : Les bons outils numériques pour vos commerçants**



Parce qu'une bonne utilisation d'outils numériques par vos commerçants doit :



**Booster leur communication avec leurs clients et prospects**



**Leurs faire gagner du temps dans leur activité**



**Contribuer au développement de leur activité**

## Les bonnes interrogations



**Les pratiques et compétences numériques de vos commerçants :  
*Sont-ils sensibles aux enjeux du numériques ?***



**Les logiciels qu'ils utilisent et le matériel dont ils disposent :  
*Utilisent-ils un logiciel d'envoi de newsletter ? Un outil pour communiquer en ligne ?***



**L'intégration de l'outil numérique dans leur activité. *Utilisent-ils les outils adaptés ? Leur usage a-t-il l'impact souhaité ?***

*Quel est leur niveau de sensibilisation aux outils numériques ?  
Maîtrisent-ils les outils utilisés pour leur activité ?  
Communiquent-ils avec leurs clients ? Par quel(s) moyen(s) ?*

## Quelques conseils



**Sensibiliser à l'intérêt du numérique**

Vos commerçants sont réfractaires au numérique ?  
Proposez un atelier par le biais de webinaire (« webinar ») une conférence en ligne à laquelle plusieurs personnes connectées dans des lieux éloignés peuvent participer.

**Dynamisation - Réaliser un diagnostic numérique : Les bons outils numériques pour vos commerçants**



Consacrez un temps pour présenter les enjeux du numérique pour leur activité : le gain de temps, l'augmentation de l'impact, etc.



## Former à l'utilisation d'outils numériques

Vos commerçants rencontrent-ils des difficultés avec l'usage de l'ordinateur, d'internet ?

Proposez une formation ou renseignez-vous sur les ateliers menés par les associations de médiation numérique. Certaines CCI proposent des dispositifs d'accompagnement des commerçants vers le numérique en proposant des ateliers, n'hésitez pas à les solliciter. Quel que soit le niveau de compétence, proposez un temps de formation pour chaque nouvel outil et proposez un document récapitulant les règles d'usages de cet outil.

*Conseil : lors d'une réunion, faites un appel à des compétences ! Un ou une de vos commerçant(e)s dispose(nt) certainement de talents cachés ! Ce qui pourrait impliquer tout le monde sur ce sujet.*

Connaitre les besoins et les attentes de vos commerçants est un gain de temps pour tous, cela vous permettra de mieux sélectionner des formations adaptées et de mettre toutes vos chances de votre côté pour obtenir un véritable succès.

## Votre outil de diagnostic

### 1. Le questionnaire

Quelques exemples de questions :

<b>Question 1 : Sur quels réseaux sociaux êtes-vous présent ? Si oui lesquels ?</b>
<b>Question 2 : Organisez-vous des jeux concours sur vos réseaux sociaux ?</b> Si non pour quelle(s) raison(s) ?
<b>Question 3 : Avez-vous un site internet à jour ?</b> Si vous n'avez pas de site Internet, pour quel motif ?
<b>Question 4 : Utilisez-vous un logiciel d'envoi de mailing ? Si oui lequel ?</b> <i>Si non. Et si on s'y mettait ? Pour des envois à plus de 50 personnes, pour envoyer une lettre d'infos cela pourrait vous être utile !</i>
<b>Question 5 : De quel type d'équipements numériques votre commerce est-il pourvu ?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Caisse numérique</li><li>• Ordinateur</li></ul>

**Dynamisation - Réaliser un diagnostic numérique : Les bons outils numériques pour vos commerçants**



- Smartphone à usage professionnel
- Tablette

**Question 6 : Gérez-vous un fichier client ? Si oui de quelle manière :**

- Sur papier
- Informatique
- Autre système de gestion

**Pour quel(s) usage(s) :**

- Pour envoyer des SMS
- Pour envoyer des newsletters
- Pour envoyer des courriers
- Pour envoyer des remises anniversaires
- Pour envoyer des ventes privées
- Autres : *réduction, opération commerciale, ticket et carte fidélité, informations / gestion commande.*

**Question 7 : Êtes-vous présents sur le web ?**

*Si oui, de quelle façon :*

- Par les réseaux sociaux
- Par un site vitrine professionnel
- Par un site de vente propre à ma boutique
- Par une boutique sur une marketplace

**Question 8 : Utilisez-vous le numérique dans vos relations client ?**

- Jamais
- Parfois
- Régulièrement
- Systématiquement

**Question 9 : Vos clients peuvent-ils facilement vous joindre par e-mail ?**

**Question 10 : Communiquez-vous via les réseaux sociaux ?**

**Question 11 : En général, pensez-vous que l'utilisation d'outils numériques ait amélioré votre relation client ces derniers mois ?**

- Ne sais pas
- Non
- Probablement
- Souvent

**Question 12 : Comment vous situez-vous par rapport à vos clients en termes d'adoption du digital ?**

- Ne sais pas
- En retard
- Au même niveau
- En avance

Vous pouvez créer un questionnaire grâce à l'outil gratuit [Google Forms](#) et l'envoyer via un mailing auprès de vos commerçants.

## 2. Votre E-veille

Autre solution pour réaliser votre diagnostic numérique : faites un inventaire des outils et moyens de communication de vos commerçants grâce à votre propre **e-veille** (surveillance sur le web).

Pour aller plus loin dans l'évaluation de leurs pratiques, remplissez un tableau pour faire un état des lieux précis des outils actuellement utilisés par vos commerçants. Vous pourrez par la suite y ajouter des améliorations potentielles que vous pouvez leur proposer comme plan d'améliorations.

Recherchez par vos propres moyens sur le web leurs moyens de communication : site internet, Facebook, Instagram et faites votre propre analyse par exemple site internet actualisé ou dessuë, publications sur les réseaux sociaux peu intéressantes, ...

Exemple d'un tableau :

Commerçants	Outils numériques utilisés	Commentaires	Améliorations possibles à envisager
<p><b>La boutique « La clef des champs »</b></p> <p><u>Catégorie :</u></p> <p>Vente de produits alimentaires bio</p>	Un site internet propre à la boutique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Site internet vieillissant</li> <li>- Horaires d'ouverture pas à jour</li> <li>- Pas de photos des produits avec peu de descriptifs.</li> </ul>	Refonte du site internet
	Page Facebook Pro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publication régulière environ 1 par semaine avec des photos de produits et ses bienfaits sur la santé.</li> <li>- Publications d'offres promotionnelles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bonnes pratiques à encourager.</li> <li>- Relayer des articles en lien avec l'agriculture biologique sur la page Facebook pour l'animer davantage en variant le type de publications, les fans pourront partager les articles intéressants et permettre à la page de gagner en popularité et en visibilité.</li> </ul>

**Dynamisation - Réaliser un diagnostic numérique : Les bons outils numériques pour vos commerçants**



### 3. Quelques pistes de plans d'actions à mener avec vos commerçants.

- **Création / Amélioration de la fiche descriptive des commerçants** sur les différents sites internet des partenaires locaux : Union Commerciale, Mairie, Com-Com, Office de Tourisme, ... mais aussi sur des **plateformes de vente à distance, fiche Google My Business**, ... Afin de leur permettre de gagner en visibilité en améliorant leur référencement naturel sur le web.

- **Fidélisation clientèle** : leur permettre de créer une relation « privé » avec leur clientèle en leur préconisant d'envoyer à leurs clients directement des bons plans, des invitations à des événements organisés dans leur magasin, informer leur clientèle sur ses commandes, points de fidélité pour des remises ou cadeaux exclusivement dans leur magasin. Utilisation d'outils d'envoi de **campagnes newsletters et/ou SMS**.

- **Amélioration de la qualité des publications sur leurs réseaux sociaux** création de visuels, publications, jeux concours, offres promotionnelles, ... Cibler une clientèle en locale grâce à l'élaboration de campagnes publicitaires géolocalisées (**Facebook Publicité**) dans le but de conquérir une nouvelle clientèle de proximité, (...).

- **Refonte / Mise à jour de leur site internet existant** afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs, de gagner en visibilité sur le web pour accroître leur notoriété auprès d'une clientèle locale mais aussi nationale (ici présentez le fait que les futurs visiteurs et touristes s'informent en amont de leur séjour sur l'offre de commerces locaux existants de leur lieu de destination de plus en plus via le web).

- **Référencement sur des plateformes de ventes à distance**. En insistant sur son importance à se démarquer par rapport à leurs concurrents en ayant plus de visibilité grâce à la mise en place d'un site internet propre à leur commerce et des comptes réseaux sociaux à jour et dynamiques

A savoir : Les utilisateurs apprécient de visualiser les produits et l'univers des commerçants au cours de leurs recherches sur le web. Un site internet est la plus belle et importante vitrine de vos commerçants. **Les réseaux sociaux** sont également indispensables. Pour exemple : Instagram aide 80% des consommateurs à se décider avant d'acheter un produit ou un service.

- **Site e-commerce** : pour les mêmes raisons de visibilité et de communication sur le web. Mutualisation des moyens de gestion de commandes et de livraisons sur cet outil : leur permettre d'offrir un nouveau service à leur client par exemple le click and collect. Un excellent présentoir pour les nouveautés ou produits phares de leurs magasins en y incluant un catalogue en ligne. Développer un site e-commerce peut permettre au commerçant d'accroître ses ventes. Ils pourront par la suite augmenter leur vente et leur visibilité via leur Boutique Facebook et Instagram.

**Dynamisation - Réaliser un diagnostic numérique : Les bons outils numériques pour vos commerçants**

