

Source:

<https://commerce.chefdentreprise.com/The-matique/digital-1069/Breves/Quand-digital-fait-grandir-petits-commerces-339557.htm>

Auteur: Delphine Goater

Date de publication: 13 mai 2019

[Dossier] Quand le digital fait grandir les petits commerces



Non, le digital n'est pas l'ennemi du commerce de proximité ! En augmentant la visibilité des petits commerces et en les dotant d'outils modernes et interactifs, le numérique est aussi un booster de chiffre d'affaires. Beaucoup de commerçants l'ont aujourd'hui compris et entrent dans la dynamique...

Aujourd'hui, **un commerçant sur deux n'a pas de visibilité sur Internet**. Deux commerçants sur trois ne sont pas présents sur les réseaux sociaux. C'est en constatant que les commerçants indépendants étaient encore peu présents sur le digital que **Maxime Bedon** et **Jonathan Chelet**, ont fondé il y a deux ans la société **Petitscommerces**. "*Nous souhaitons accompagner les commerçants indépendants dans le numérique, en augmentant leur visibilité et en valorisant le commerce de proximité auprès des consommateurs*", expliquent-ils. Tous deux fils de commerçants, ils souhaitaient que les petits commerçants puissent, eux aussi, prendre le train du numérique.

En chiffres

90% : c'est la part du commerce physique dans la vente au détail

42% : c'est la part des commerçants indépendants présents sur le web

60% : c'est la part des commerçants présents sur le web qui actualisent leurs informations au moins une fois par mois

Source : baromètre digitalisation des commerces réalisé par la CCI Île-de-France auprès de 2000 commerçants franciliens (mai 2016)

Les étapes clés de la présence digitale

Faire connaître une poissonnerie de qualité, un chocolatier Meilleur Ouvrier de France, un fleuriste spécialisé dans le jasmin ou une librairie qui vend un livre introuvable, c'est désormais possible grâce à Internet. La première étape d'une présence digitale passe le plus souvent par la **création d'une page ou d'un site Internet**. Les deux fondateurs de Petitscommerces ont ainsi créé la première plateforme nationale dédiée au commerce de proximité indépendant, sur laquelle chaque commerçant dispose d'une page de présentation dédiée, entièrement réalisée par l'équipe de Petitscommerces pour 290 euros, plus cinq euros d'abonnement chaque mois.

"*Pour que la page soit vivante, nous y intégrons ce que le commerçant publie sur les réseaux sociaux*", indique Maxime Bedon, chargé du développement. Car il ne s'agit pas seulement d'avoir un site, il faut le faire vivre ! Une fois présent sur la toile et familier de ce premier outil, le commerçant peut envisager d'aller plus loin sur le digital, en se formant sur la maîtrise des réseaux sociaux, comme Facebook® ou Instagram®.

Instagram est notamment le nouvel outil à la mode et un véritable accélérateur de notoriété et de fidélisation chez les consommateurs actifs sur les réseaux sociaux, comme les trentenaires ou les Millenials, nés à l'orée du siècle. **Cyrille et Raphaël**, fondateurs du **Corner du fromager**, l'ont compris. Anciens cadres d'entreprise, en reconversion professionnelle, ils ont fait le choix de publier régulièrement sur leur compte Instagram des photos du chantier d'installation de leur boutique dans le XI^e arrondissement de Paris.

Ils ont ainsi constitué un coeur de followers fidèles, qu'ils informent de l'arrivée de spécialités ou de nouveaux produits en quasi temps réel. Deux mois après son ouverture, le magasin a alors pris le temps de peaufiner et de lancer son site Internet. C'est par cet intermédiaire qu'il propose ainsi une offre Pick & Collect, avec préparation en boutique de la commande adressée par téléphone.

Autre fromagère très active sur les réseaux sociaux, **Charlène Bouy** de la fromagerie **Charlicot** à Saint-Ambroise, n'hésite pas à se mettre en scène dans ses posts Instagram et a créé un véritable fan-club autour de ses petites vidéos de produits. Mais ce storytelling, ou cette manière de raconter des histoires, n'est accessible qu'aux commerçants les plus aguerris dans la maîtrise des réseaux sociaux.