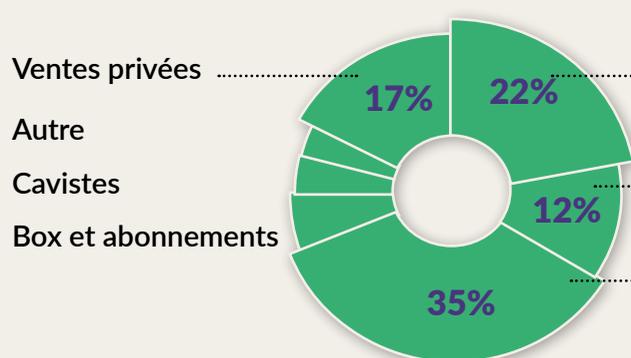


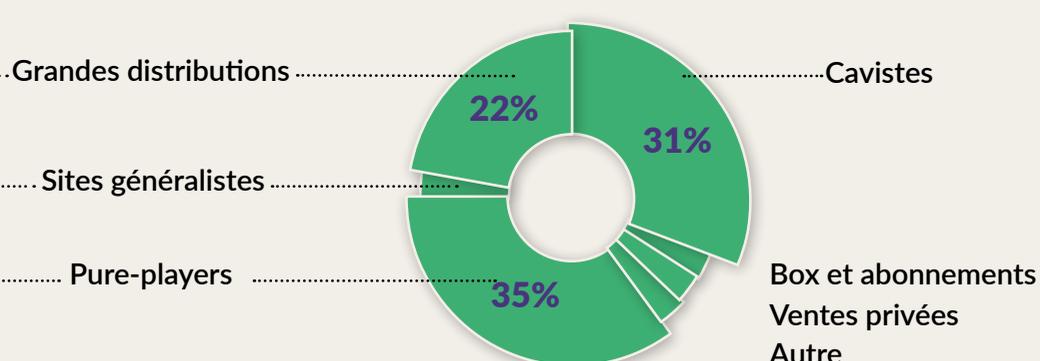


LES DÉFIS DE LA VENTE EN LIGNE DE VIN

L'e-commerce du vin connaît une forte croissance depuis une dizaine d'années.



Répartition du chiffre d'affaires de vente en ligne de vin par segment



Répartition du nombre de sites de vente en ligne de vin par segment

10%

Le e-commerce représente 9 à 10 % des ventes de vins globales pour une valeur estimée à 500 millions d'euros HT.

6

Les Français achètent 3 à 6 bouteilles en ligne par an pour un panier moyen compris entre 11 et 22 €.

70%

Le vin représente 70 % des boissons alcoolisées vendues en ligne.

31%

les Français sont désormais 31 % à acheter du vin sur internet.

Comment proposer une expérience d'achat e-commerce unique à ses clients ?

La première étape est de rassurer le client. Ainsi, il se sentira plus en confiance et sera donc plus enclin à réaliser des achats sur votre site. Pour cela, mettez en place une stratégie conversationnelle.

Au travers de campagnes conversationnelles fluidifiant le parcours d'achat, mettez en avant votre politique (retour, livraison, casse etc...). De cette manière, vous prouvez que vous avez pensé à l'ensemble des scénarios possibles et vous permettez à vos clients de trouver facilement et rapidement la réponse à leurs doutes.

Lorsque vos clients arrivent à la phase de commande, optimisez vos moyens de paiement et proposez-leur le plus adéquat en fonction de leur panier.

Investissez sur un assistant shopping. Ce conseiller de vente virtuel vient se connecter à votre catalogue produit. Il connaît donc l'entièreté de votre cave et proposera le produit adéquat en fonction du besoin du client.