

Semaine des entrepreneurs bruxellois

Comment tirer profit de la vente en ligne pour mon commerce physique ?

SEMAINE DES ENTREPRENEURS BRUXELLOIS

16-20 novembre 2020

Soutenons les entrepreneur.e.s
d'aujourd'hui et de demain!

Inspiration, ateliers pratiques, speedcoachings...
pour relever les défis entrepreneuriaux actuels.

Découvrez le programme sur

www.SemaineDesEntrepreneurs.brussels



Retail.

 **Aide au positionnement commercial**

 **Accompagnement à la localisation, à l'implantation et à l'ouverture**

 **Post-création**

Commerce v.s. e-commerce ?

Implantation d'un commerce physique

Tendance incontournable : l'e-commerce

Envisagé comme canal complémentaire à un commerce local

1

Chiffres clés

L'e-commerce en Belgique

2

Quels avantages ?

Gestion quotidienne

3

Se démarquer

Des actions de visibilité

4

Dans l'horeca

Créativité et originalité

5

S'organiser

La clé du succès

6

Conclusion

Ce que la crise révèle



Chiffres clés du digital

inattendu.
rue du page 24

Comprendre le
comportements des
clients

24

Les e-acheteurs en Belgique

- En 2019, **68 % des consommateurs belges** ont passé au moins une commande en ligne ;
- Cela représente **8 internautes sur 10** ;
- Les secteurs les plus populaires : le secteur du **tourisme, l'évènementiel et les articles d'habillement et de sport.**

Hébergements touristiques & Tickets pour manifestations	25%
Habillement, articles de sport	20%
Articles ménagers	12%
Livres, magazines,... (physiques/virtuels)	10%
Tickets de transports, autres dépenses de voyages	10%
Films, musiques	6%
Appareils électroniques, softwares	>5%
Alimentation ou articles d'épicerie	>5%



Source : enquête TIC 2019 ménages et individus - SPF Economie

Les e-acheteurs en Belgique en 2020 (1er semestre)

Selon BeCommerce :

- Les **ventes en ligne** en Belgique ont connu **une hausse de 20%** pendant le premier semestre 2020.
- La catégorie la plus importante d'achats en ligne au cours du premier semestre de 2020 relève du domaine « produits » .
- La catégorie "vêtements" - au sein de laquelle la croissance a été la plus forte - se trouve en tête du classement.
- Néanmoins : les ventes augmentent, mais **le C.A. global diminue**.

Source : BeCommerce, 2020



Les e-acheteurs en Belgique

- En 2019, **un peu plus d'un consommateur sur quatre** n'avait encore jamais commandé en ligne ;
- Motif principal : la préférence de l'expérience d'achat en point de vente physique.

1. Préférence achat physique	56%
2. Crainte sécurité des paiements	15%
3. Pas de moyen de paiement en ligne	11%
4. Estime ne pas disposer des compétences	11%
5. Manque de confiance au niveau livraison / SAV	7%

Source : enquête TIC 2019 ménages et individus - SPF Economie



Quels sont les freins à l'achat ?

Au moment de valider son panier, le consommateur peut être « perdu » pour différentes raisons :

1. Les frais de livraison sont trop élevés ;
2. Les délais de livraison sont trop longs ;
3. Le transporteur proposé ne convient pas au client ou ne permet pas le suivi du colis une fois envoyé ;
4. La politique de retour n'est pas claire (délai du retour, méthode d'envoi, etc.) ou aux frais du client ;
5. Il souhaite comparer les prix avec d'autres sites.

La mise en place d'e-mails de relance de panier abandonné permet de récupérer jusqu'à 50% des paniers non achetés.



Qui sont vos e-acheteurs à vous ?

Avant de se lancer dans la création d'un site de vente en ligne, ou pour améliorer ce dernier, il est bien entendu essentiel :

- De **connaître sa cible** et ses comportements d'achat ;
- De définir un **plan de communication** afin de l'atteindre ;

Combiné à un point de vente physique, il s'agit d'un excellent canal de fidélisation de votre clientèle :

- Un site de vente en ligne actif passe aussi par une communication adaptée... avec, à la clé, de **réels résultats** !





Quels avantages ?

A VENDRE
1000 LITRES
SODEPL

THE BARN
BIO MARKET

BIO MARKET
THE BARN

Vendre en ligne quand
on est déjà présent sur
le terrain...



Combiner point de vente physique et vente en ligne

Ouvrir son commerce est déjà un gros challenge !

Alors, pourquoi se lancer dans la vente en ligne, en plus de tout cela ?

Des inconvénients :

- Gestion du stock, des envois **et des retours** ;
- Gestion du site et mise à jour ;
- Gestion du SAV ;
- Coût de création du site ;
- Projet chronophage ;
- ...



Des avantages concrets pour votre chiffre d'affaires

Lorsque l'on dispose d'un point de vente physique, l'opportunité de réaliser de la vente en ligne est à prendre en compte pour différentes raisons :

- Permet de toucher **une clientèle qui n'est pas locale** (élargir sa zone de chalandise) ;
- Permet de **référencer son catalogue de produits sur le web** (meilleure visibilité sur les moteurs de recherche) ;
- Permet de **faire venir l'acheteur en boutique grâce au click and collect** ;
- Permet de **générer une envie d'achat** à distance.



N'est pas un fin en soi...

En fonction de votre cible/produits, vous pouvez également **déterminer si la vente en ligne est un canal efficace ou non...**

Il se peut que ce ne soit pas le cas !

! Néanmoins, avec des périodes de fermeture imposées, un canal de vente digital devient « indispensable » à la survie du commerce.



Promouvoir sa visibilité



Bien évidemment, il ne suffit pas de disposer d'un site de vente en ligne ou d'un formulaire de click and collect. Il est surtout important de mettre en place une stratégie de communication pour être visible sur le web.




Un élément important avant de se lancer : dégager du temps pour gérer ce canal de vente, qui doit être considéré comme un projet à part entière.



Penser au parcours d'achat du client

En 2020, le parcours d'achat d'un consommateur **démarre généralement sur Internet** :

- Il commence par chercher des informations sur le besoin qu'il a identifié.



Entre la recherche d'informations et l'achat (puis la fidélisation), le consommateur va avoir quelques occasions de se rapprocher du magasin physique : c'est là où il faut être présent.



The background is a solid dark blue color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame from the top and bottom edges towards the center. These lines are of varying lengths and radii, creating a sense of motion and depth. The lines are most prominent on the left and right sides, framing the central text.

Se démarquer



VEGASME

Epicerie responsable
+32 2 217 78 95 | www.vegasme.be

vegan | biologique | sans gluten | sans lactose | fruits & légumes

Des actions adaptées

4 éléments essentiels

Pour connaître du succès en matière de vente en ligne, il est important de...

- Bien présenter ses produits sur son site web ;
- Optimiser son référencement naturel et local ;
- Promouvoir ses produits via les réseaux sociaux ;
- Mettre en place des actions diversifiées : campagnes de publicité payante, newsletters, système de fidélité online, etc.



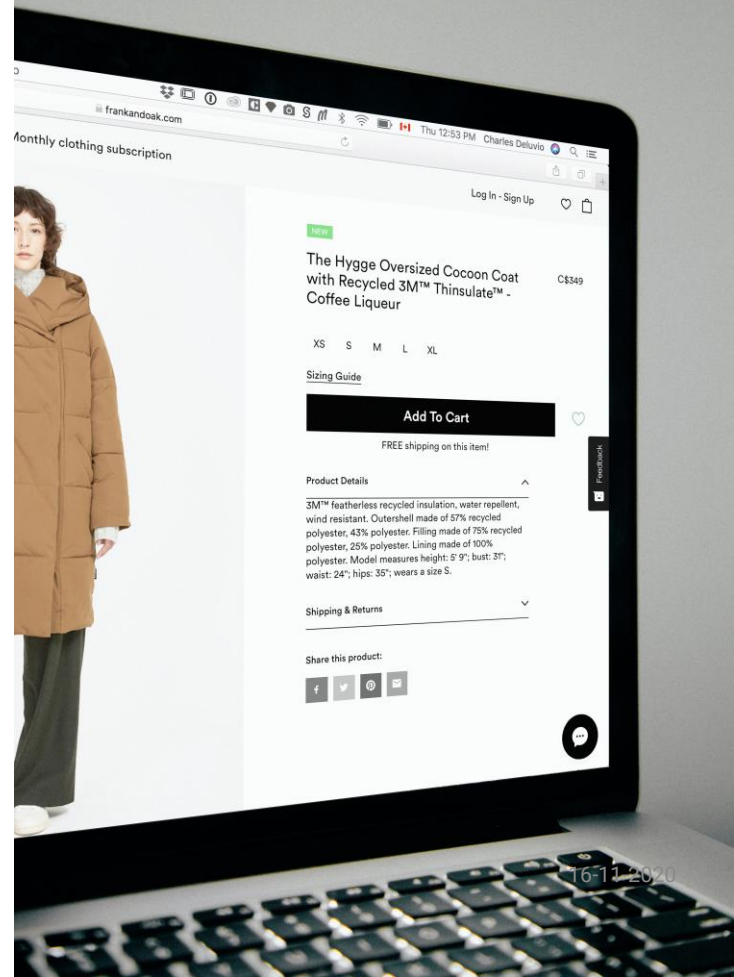
Conseil #1 : bien présenter vos produits

D'un point de vue textuel

- L'importance de présenter l'ensemble de ses produits de façon identique.

Conseils :

- La description de produit doit être rédigée avec soin, être parfaitement lisible, et rester relativement courte.
- Sa fonction est plutôt de l'ordre de la confirmation : après sa lecture rapide, le client potentiel doit avoir la garantie qu'il se trouve bien sur la page dédiée au produit qu'il recherche.



Conseil #1 : bien présenter vos produits



D'un point de vue textuel



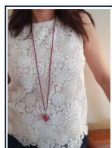
Privilégier la concision de l'information et son intelligibilité : coller le plus précisément à la nature de l'objet en un minimum de mots.



Les détails techniques sont généralement dissociés de la description du produit. Cela permet de ne pas en allonger ni perturber la lecture, grâce à un onglet dédié aux caractéristiques et à la présentation visuelle.



Conseil #1 : bien présenter vos produits



Pomegranate Necklace, Transparent Pomegranate & Jade Seeds

€50,00

Tax included.

ADD TO CART

ADD TO WISHLIST

9

Buy with **PayPal**

[More payment options](#)

Description

Material

Shipping and Return

A transparent pomegranate carrying jade seeds, expressing a delicate promise of life and renewal.

Designed and handmade by Roshanak Ostad in her Brussels workshop.

Smart tabs

WISHLIST



Conseil #1 : bien présenter vos produits

Description	Material	Shipping and Return
<p>A transparent pomegranate carrying jade seeds, expressing a delicate promise of life and renewal.</p> <p>Designed and handmade by Roshanak Ostad in her Brussels workshop.</p>		

Description	Material	Shipping and Return
<p>Glass & Brass. The chain is made of small crystal pearls. Stones inside the pomegranate are jade stones.</p> <p>Pomegranates are made in hand-blown glass. For this reason, each piece is unique.</p>		

Description	Material	Shipping and Return
<p>Yalda's Guarantees...</p> <p>Shipping</p> <p>Free shipping for jewels:</p> <ul style="list-style-type: none">- for orders starting from 50 € to France & Belgium;- for orders starting from 100 € to the rest of the world. <p>We will ship your product from France in 48 hours.</p> <p>As soon as your items are shipped, you will receive an email with shipping information and a tracking number.</p>		

16-11-2020



Conseil #1 : bien présenter vos produits



Vitale, Prosecco Colfondo -

VIGNERON : Malga Ribelle | RÉGION : Veneto



Vitale Col Fondo (littéralement « avec dépôt ») est un pétillant naturel, refermenté en bouteille, non clarifié et non filtré, comme le veut la tradition du Prosecco avant que celui-ci n'ambitionne de devenir un grand mousseux. Sec et frais, le Vitale (du prénom de son auteur) dévoile de délicats arômes de fruits à fleurs blanches. Issu d'une micro-production, on en dénombre à peine 3.400 bouteilles pour cette cuvée ! Accord parfait avec une friture de poisson.

Prix
18,50 € TTC

Quantité 1

AJOUTER AU PANIER

Livraison en 3 à 5 jours

Prix hors frais de livraison

Accords Mets/Vins



Poisson Poisson frit



Charcuterie



Fromage



Tarte aux fruits Fruits Tarte aux pommes Tarte au fromage



Conseil #1 : bien présenter vos produits

D'un point de vue visuel

En e-commerce, la photo est de première importance. Elle permet la présentation de l'objet, avec son apparence, ses détails, sa finition et ses coloris.

- Présenter l'objet sous plusieurs angles de vue, insister sur les détails avec des gros plans et des fonctions de zoom puissants, permet également de mettre en évidence les parties d'un objet qui pourraient avoir une incidence sur certaines caractéristiques techniques.

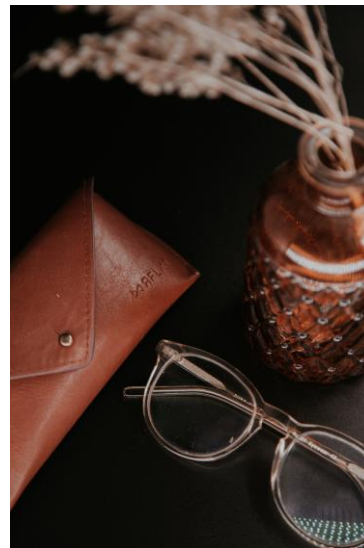


Conseil #1 : bien présenter vos produits

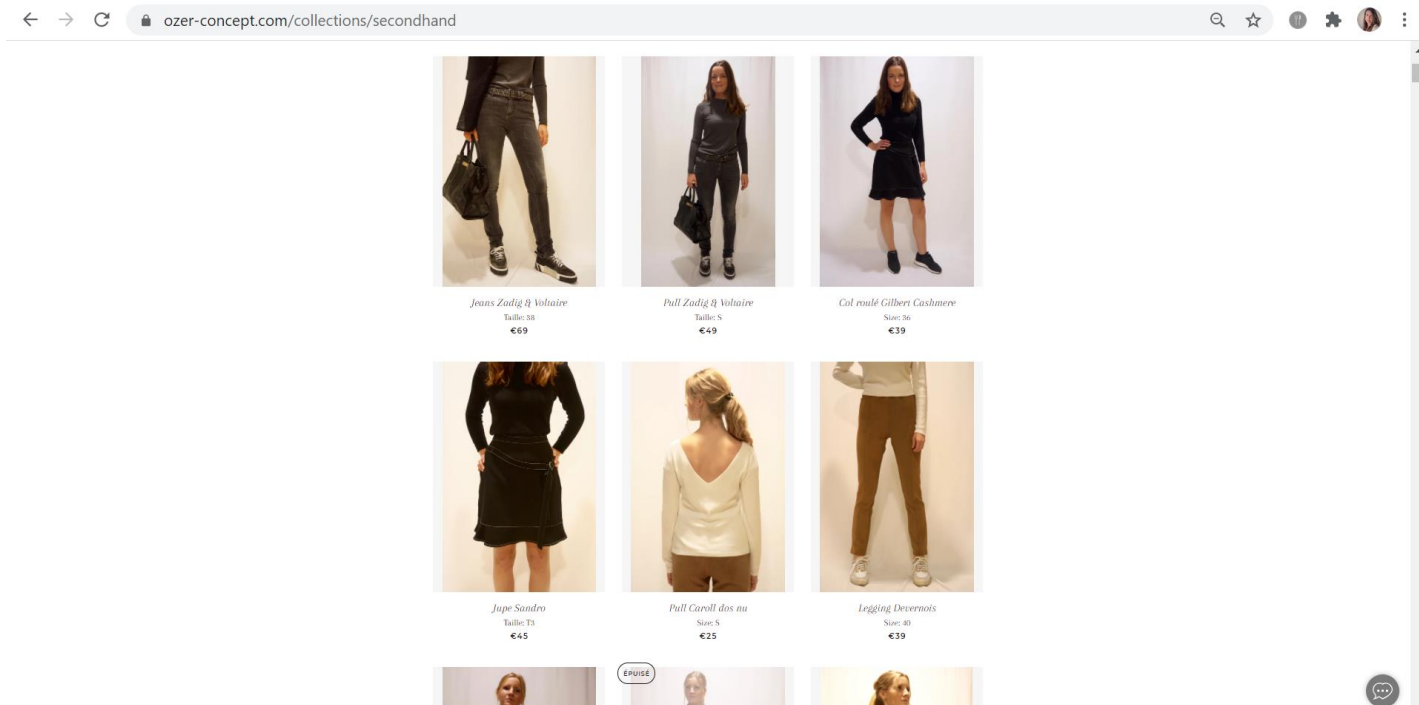
D'un point de vue visuel

- Bien calculer ses angles de vues, proposer de multiples photos, travailler l'ambiance, la mise en scène et la luminosité pour que cela vous ressemble.

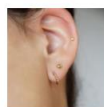
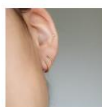
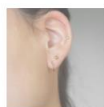
Idée reçue : réussir des photos de produits demandent à la fois du matériel adéquat et des compétences solides en prise de vue, éclairages, retouches et détourage en post-production.



Conseil #1 : bien présenter vos produits



Conseil #1 : bien présenter vos produits



Boucles d'oreilles SIA 01

€98,00

Matériau

ARGENT 925

Composition

PAIRE UNITÉ

Quantité

- 1 +

Acheter avec **PayPal**

[Plus de moyens de paiement](#)

AJOUTER À MON PANIER

Description

Dimensions

Détails

Boucles d'oreilles composées de boules martelées qui longent le lobe de l'oreille verticalement.

[Guide des tailles & Conseils d'entretien](#)



Conseil #1 : bien présenter vos produits



BOUGIE - COLLECTION "LA VIE EN ROSE" - 300GR
55,00€



BOUGIE - COLLECTION "LA VIE EN ROSE" - 450GR
65,00€



BOUGIE - COLLECTION "MORNING STAR" - 300GR



BOUGIE - COLLECTION "MORNING STAR" - 450GR
65,00€



BOUGIE - COLLECTION "PIECE & L'OVE" - 300GR
55,00€



BOUGIE - COLLECTION "PIECE & L'OVE" - 450GR
65,00€

Conseil #1 : bien présenter vos produits



Caisse 'La Cimdix' 24 x 33cl
55,00 €

Ajouter au panier



Caisse 'La Schweitzer' 24 x 33cl
55,00 €

Ajouter au panier



Caisse 'La Wiener' 24 x 33cl
55,00 €

Ajouter au panier



Caisse 'La Saint-Boniface' 24 x 33cl
55,00 €

Ajouter au panier



Caisse 'La Chasseurs Ardennais' 24 x
33cl
55,00 €

Ajouter au panier



Caisse 'La Stockel' 24 x 33cl
55,00 €

Ajouter au panier

Conseil #2 : bien penser votre référencement naturel

Référencement naturel

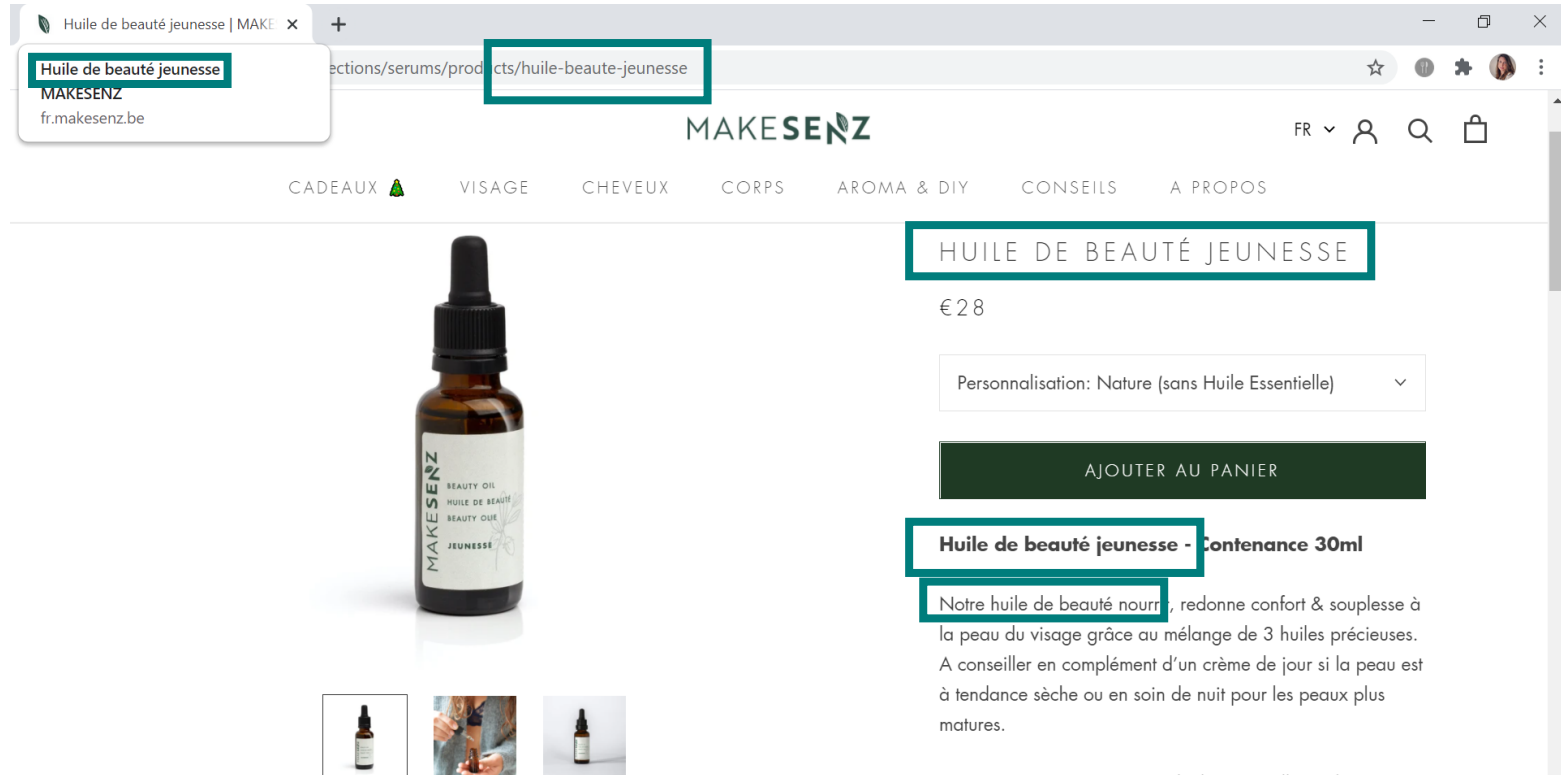
Afin d'augmenter votre visibilité sur les moteurs de recherche et de répondre aux questions que se posent les internautes, il est important de travailler son SEO (référencement naturel).

- Penser le texte de sa page produit en le construisant autour de 2 à 3 mots-clés principaux ;
- Optimiser ses éléments SEO (balises) sur base de ce/ces mots-clés ;
- Rédiger des articles de blog en lien avec un produit du site ;
- Etc.

Et bien sûr : maintenir ses informations de contact à jour, l'éventuel agenda de son site web,...



Conseil #2 : bien penser votre référencement naturel



The screenshot shows a web browser window with the URL `https://www.makesenz.be/productions/serums/products/huile-beaute-jeunesse`. The page title is "Huile de beauté jeunesse | MAKESENZ". The main heading is "HUILE DE BEAUTÉ JEUNESSE" with a price of €28. A dropdown menu for "Personnalisation" is set to "Nature (sans Huile Essentielle)". A green button says "AJOUTER AU PANIER". The product description states: "Notre huile de beauté nourrit, redonne confort & souplesse à la peau du visage grâce au mélange de 3 huiles précieuses. A conseiller en complément d'un crème de jour si la peau est à tendance sèche ou en soin de nuit pour les peaux plus matures." The product image shows a 30ml bottle of "BEAUTY OIL HUILE DE BEAUTÉ BEAUTY OIL JEUNESSE".



Conseil #2 : bien penser votre référencement local



Référencement local



Intérêt : **être référencé localement lorsque les consommateurs font des recherches** sur Internet et répondre aux besoins de ses clients par deux techniques marketing :



Le store-locator, qui permet de référencer votre magasin à proximité de votre prospect,



Le stock-locator, qui permet d'indiquer que tel stock de produit est disponible dans tel magasin.



Conseil #2 : bien penser votre référencement local

yumanvillage.be ▾

Yuman: L'économie circulaire pour une consommation durable

Des produits et services de l'économie circulaire pour une consommation durable. Vivre et consommer tout en ayant un impact positif, c'est possible !

Notre histoire

Notre histoire commence en 2017.
Nous observons la ...

[Autres résultats sur yumanvillage.be »](#)

E-shop

E-shop : les produits Yuman à portée de main ! Yu can make ...

www.yuman.io > ... ▾

Yuman, la GMAO qui booste votre maintenance

Yuman vous accompagne dans la gestion de vos interventions et de votre maintenance. Une GMAO mobile, moderne et simple d'utilisation.

fr-fr.facebook.com > ... > Shopping et vente au détail ▾

YUMAN - Accueil | Facebook

YUMAN, Bruxelles. 7 098 J'aime · 172 en parlent · 126 personnes étaient ici. YUMAN - your circular shopping expérience ! 🌱 Un lieu unique pour...

www.facebook.com > ... > Shopping & Retail ▾

YUMAN - Home | Facebook

YUMAN, Région de Bruxelles-Capitale. 7096 likes · 163 talking about this · 126 were here. YUMAN - your circular shopping expérience ! 🌱 Un lieu...

Yuman

Site Web Itinéraire Enregistrer

4,3 ★★★★★ 90 avis Google

Grand magasin à Saint-Gilles

Adresse : Chaussée de Charleroi 123, 1060 Bruxelles

Vous y étiez en décembre 2019

Horaires : Ouvert · Ferme à 19:00
Retrait : 15:00-18:00 · Plus d'horaires

Les horaires ou les services proposés peuvent varier

Suggérer une modification · Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?

Ajouter les informations manquantes

Ajouter un numéro de téléphone

Horaires

mercredi	11:00-19:00
jeudi	11:00-19:00
vendredi	11:00-19:00
samedi	11:00-19:00
dimanche	Fermé
Suggérer une modification	
Retrait	
lundi	15:00-18:00
mardi	Fermé
mercredi	15:00-18:00
jeudi	Fermé
vendredi	15:00-18:00
samedi	Fermé
dimanche	Fermé



Conseil #3 : être présent et actif sur les réseaux sociaux

Affiner sa présence sur les réseaux sociaux

- L'e-commerce peut se faire directement via les réseaux sociaux, ou contribuer à la vente.
- C'est là que vous allez toucher et fidéliser vos clients.
- Vous faites de la vente en ligne ? Faites en la promo sur vos réseaux !



 Bisc'oui est à Bruxelles.
6 novembre, 12:05 · 🌐

Hello la #teambiscoui,

On vous l'avait promis, il est (enfin) là ! 🥰 Notre formulaire de commande en ligne est disponible sur notre site internet 🥰

Tu vas pouvoir profiter de nos bons Bisc'oui ! bien au chaud à la maison 🍪🥰

💖 Comment ça marche ? 💖

- 👉 Va sur www.biscoui.be/commande
- 🍪 Choisis ton pack de Bisc'oui ! préféré
- 📅 Commande avant mercredi 18h
- 📦 Va chercher ton pack dans un de nos points de retrait au jour indiqué ou fais-toi livrer le vendredi après-midi (uniquement à Bruxelles)

📍 Points de retraits dispo à Anderlecht, Woluwe-Saint-Lambert et Dilbeek.

3, 2, 1... À vos claviers 🖱️👁️

On vous remercie déjà pour votre soutien en cette période difficile 🙏💖 On compte bien garder le cap et continuer à bosser pour vous offrir le meilleur 🍪

#biscouinonpeutêtre #teambiscoui #commande #commandeenligne #retrait #livraison #onseserrelescoudes #confinementleretour #biscuiterieartisanale #producteurslocaux #madeinbrussels #goûter #apero #sainetbon #vrac #zerodéchet



16-11-2020

Conseil #3 : être présent et actif sur les reseaux sociaux

Mise en place d'actions promotionnelles

- Communication en fonction des saisons (les fêtes de fin d'année approchent > c'est le moment de penser au cadeau !).
- Capitalisez également sur votre expertise en diffusant des conseils liés aux produits que vous vendez, et finissez votre publication par un call-to-action vers un produit spécifique.
- E-commerce ou pas, pour renforcer votre visibilité, soyez régulier dans vos publications ! Montrez-vous utile, créatif, original, n'hésitez pas non plus à être décalé.



Conseil #3 : être présent et actif sur les reseaux sociaux

Communiquer en temps de crise : how to ?

- Continuez à communiquer, même si votre activité est à l'arrêt.
- Veillez à véhiculer des messages positifs.
- C'est évidemment l'occasion de communiquer sur les initiatives mises en place pour faire face à la crise > comptez sur le soutien de vos clients et sollicitez-les !



Conseil #3 : être présent et actif sur les reseaux sociaux

À éviter :

- Ne plus communiquer du tout. Si baisse de régime, essayer de poster une fois par semaine, afin de ne pas disparaître puis réapparaître du jour au lendemain > donner de ses nouvelles, comme vous le faites pour votre entourage !
- Essayer de vendre à tout prix. Mettre en avant le volet « soutien au commerce local » est une excellente initiative, mais ne vous montrez pas 100% commercial. Continuez à distiller un message utile.



Conseil #4 : diversifier vos actions de com'

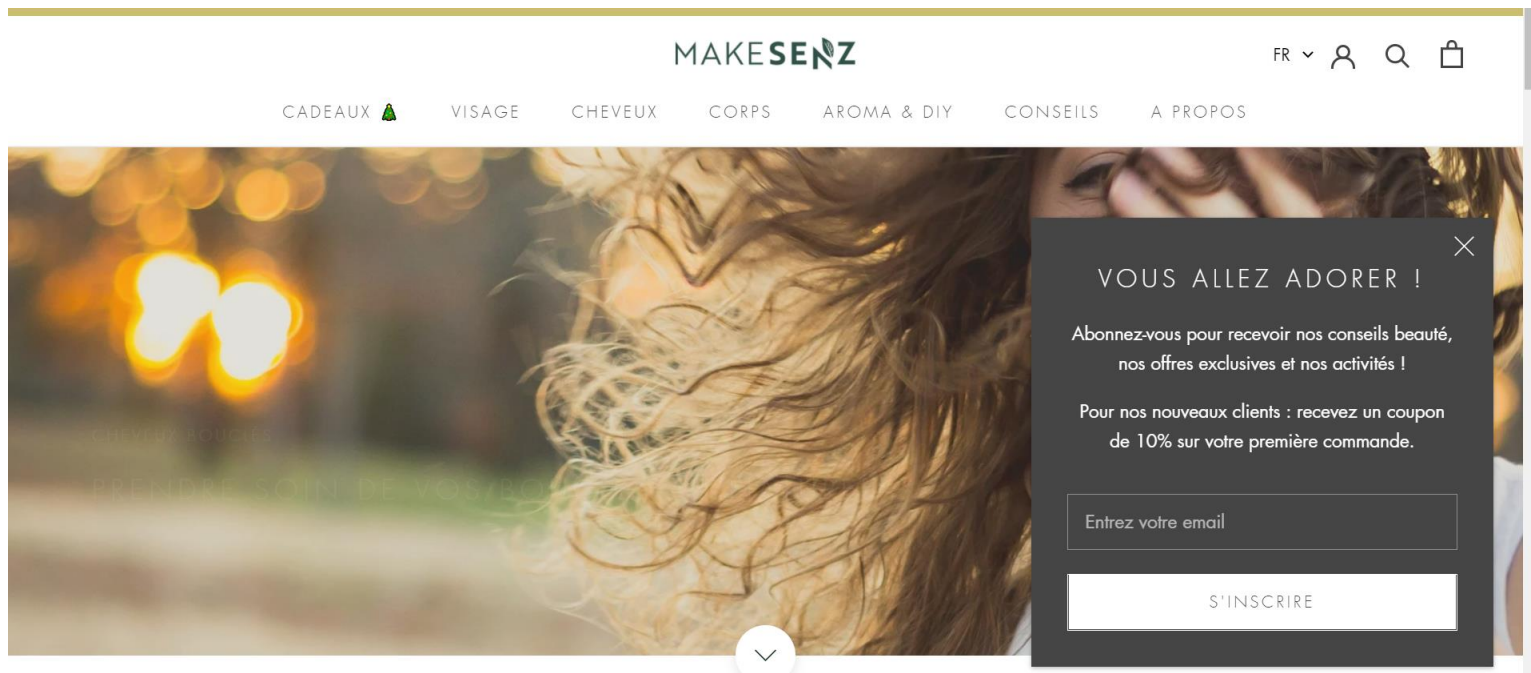


Des actions diversifiées

- Les newsletters et e-mailings ;
- Le partage dans des groupes Facebook locaux et/ou spécialisés ;
- Le référencement via des pages spécialisées ou sur des sites dédiés ;
- Les associations avec d'autres commerces et/ou influenceurs ;
- Etc.



Conseil #4 : diversifier ses actions de com'



Conseil #4 : diversifier ses actions de com'

facebook

🏠 👤 👤 📺 🔔 ☰

 **Bières de Quartiers** est à Brussels. ...
Sponsorisée • 🌐

#CRAFTBEERDELIVERY
#SUPPORTBRUSSELSHORECA 🚚👍

Faites le tour de quartiers bruxellois sans quitter votre canapé!... Voir plus



JESOUTIENSMONHORECADEQUARTIER.BRUSSELS
Livraisons de Bières de Quartiers | Soutien Horeca

👍👍👍 19 3 partages

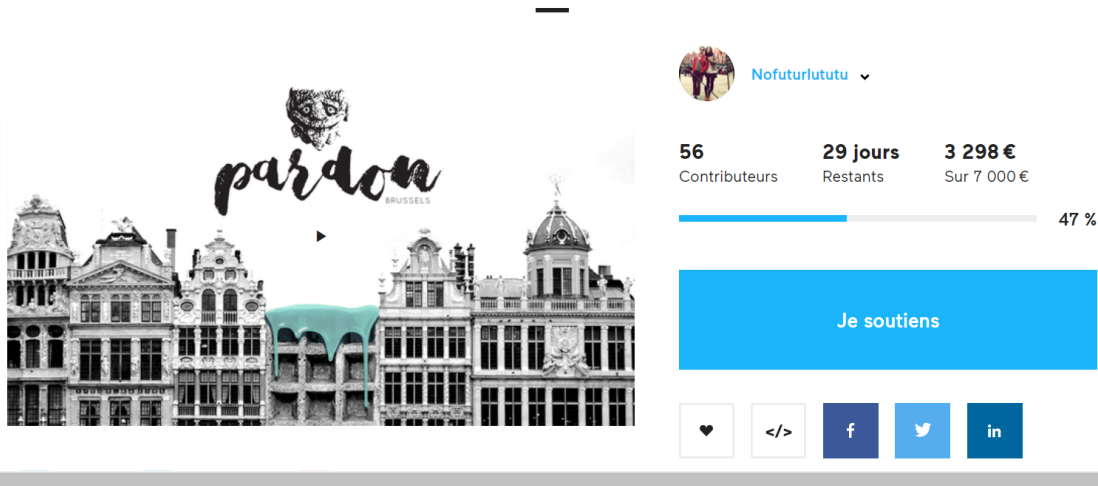
👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager



Conseil #4 : diversifier ses actions de com'

Pardon Brussels, gaufres et biscuits artisanaux et éthiques

Mangez des gaufres ! Soutenez Pardon Brussels : un projet d'artisanat éthique, créateur d'emplois et totalement local !



The screenshot shows a crowdfunding campaign for 'Pardon Brussels'. The main image features the brand's logo, which includes a stylized owl and the word 'pardon' in a cursive font, with 'BRUSSELS' underneath. The background of the image is a black and white photograph of a row of historic European buildings. To the right of the image, the campaign details are displayed: the user 'Nofuturlututu' has 56 contributors, 29 days remaining, and has raised 3,298 € out of a 7,000 € goal. A progress bar indicates that 47% of the goal has been reached. Below the progress bar is a large blue button labeled 'Je soutiens'. At the bottom of the campaign card are icons for a heart, a code editor, and social media links for Facebook, Twitter, and LinkedIn.

56	29 jours	3 298 €
Contributeurs	Restants	Sur 7 000 €

47 %

Je soutiens



Conseil #4 : diversifier ses actions de com'

The image shows a website header with a yellow navigation bar. On the left, there are social media icons for Instagram and Facebook. The main navigation menu includes: 'Belgian corner' (with 'LOCAL SHOPPING' below it), 'ALIMENTATION', 'SANTÉ & BIEN-ÊTRE', 'SHOPPING EN LIGNE', 'ESPACE KIDS', 'COACHING', 'COURS EN LIGNE', and a red button labeled 'BONS PLANS'. A search icon is on the right. The top right of the yellow bar contains the text 'Ajouter une annonce gratuitement | Merci'. Below the navigation is a large banner image of a European city square with the text 'Parce qu'il n'a jamais été aussi important de rester chez soi' overlaid in white. A red circular icon with a white bell symbol is in the bottom right corner of the banner area.



Conseil #4 : diversifier ses actions de com'



Conseil #4 : diversifier ses actions de com'



The background is a solid dark blue color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame from the top and bottom edges towards the center. These lines are of varying lengths and radii, creating a sense of movement and depth. The text 'Dans l'horeca' is centered horizontally and vertically in a white, bold, sans-serif font.

Dans l'horeca

E-commerce dans l'horeca



Ne nécessite pas forcément de développer son propre site



Être visible sur les plateformes de livraison




Visibilité locale sélective
> choisir de n'être présent que dans les villes où ces systèmes sont opérationnels



Coût de la commission et des offres promotionnelles pour être mis en avant




E-commerce dans l'horeca


 Créer son site pour permettre à la clientèle actuelle de commander certains produits.

Avantages

 Permet de se montrer plus créatif que la simple livraison de repas ;

 Identité de marque plus forte ;

 Permet de limiter les appels pour les commandes et de gérer cela de façon digitalisée ;

 Confort pour les clients (cible plus jeune).



E-commerce dans l'horeca



[ACCUEIL](#) [A PROPOS](#) [CAFÉ](#) [ATELIER VÉLO](#) [ÉVÉNEMENTS](#) [PARTENAIRES](#) [CONTACT](#)



LA PARTIE CAFÉ EST TEMPORAIREMENT FERMÉE MAIS LA BOUTIQUE EN LIGNE EST OUVERTE !

DES BRUNCHS, DES APÉROS, DES GOÛTERS, DES BIÈRES ET D'AUTRES SURPRISES DISPONIBLES À L'EMPORTER OU À LA LIVRAISON

[VERS L'E-SHOP DE MARCEL](#)



16-11-2020

E-commerce dans l'horeca



L'Apéro Chez Toi - 2 Personnes
€25,00



Le Brunch Chez Toi - 2 Personnes
€40,00



Le Goûter Chez Toi - 2 Personnes
€15,00



Notre Café Chez Toi ! - 250 g



E-commerce dans l'horeca

← → ↻ marcel-bike-cafe.myshopify.com/products/le-brunch-chez-toi



✓ Ramassage disponible à **Marcel Bike Café**

Habituellement prête en 24 heures

[Afficher les informations de la boutique](#)

Ramène notre délicieux brunch à la maison ! Chaque fin de semaine, on te concocte un menu pour 2, composé de : 2 yaourts, 1 brioche et un petit pain, 2 toasts du moment, 2 œufs à la coque, 1 petite salade de saison à partager, 2 fruits, 1 tartinade de légume, 1 confiture et du caramel au beurre salé maison. Sans oublier les boissons : chocolat chaud ou thé, 2 petits jus et une bouteille de limonade à l'ancienne.

Il te suffira d'allumer ton four, de faire chauffer de l'eau ou du lait et de prendre le temps de savourer.

Le prix comprend 2€ de consignes que tu peux récupérer si tu nous ramènes les contenants.

Commandes : Jusqu'à mercredi soir, 18h

Retrait sur place : Le vendredi entre 15h et 18h

Livraison : Le vendredi entre 15h et 18h. Gratuite à partir de 50€.



E-commerce dans l'horeca

 **Marcel Bike Café** est  partage une actualité COVID-19. ...
13 novembre, 18:08 · 

 **LANCEMENT DU E-SHOP + CONCOURS** 

Parce qu'en ces temps-ci, on nous demande de toujours nous réinviter, parce qu'on veut faire vivre Marcel comme on peut, want we hebben je gemist et qu'on a trop hâte de te retrouver, on ouvre notre boutique en ligne!  <https://marcel-bike-cafe.myshopify.com>

Wat zit erin? Tu y trouveras par exemple :

- Un pack Brunch   
- Un pack Apéro   
- Un pack Vieruurtje   
- Des bières bruxelloises  

- ...

En pratique :

-  Clôture des commandes le mercredi à 18h
-  Pick up le vendredi entre 15h et 19h
-  ou Levering dans tout BXL à vélo le vendredi entre 15h et 19h (gratis vanaf 50€)

Et parce qu'une bonne nouvelle n'arrive jamais seule, tu peux tenter ta chance et gagner un pack Apéro  . Pour participer, het is simpel :

-  Like ce post
-  Partage ce post sur ta Facebook pagina
-  Tague 2 ami(e)s en commentaire

Tirage au sort par une  innocente le jeudi 19 novembre.

Fais péter les compteurs !





Click and collect dans l'alimentaire

Accueil Le concept Nos créations Commande Nos ateliers FAQ Presse Contact

Comment commander les Bisc'oui ! ?

1. Je me lêche les babines en consultant la page « Nos créations ».
2. Je clique sur la page « Commande ».
3. Je remplis mes coordonnées.
4. Je choisis mes packs de Bisc'oui ! préférés.
5. Je choisis mon contenant via le menu déroulant.
6. Je choisis le lieu de retrait de ma commande et mon moyen de paiement.
7. Je valide ma commande.
8. Je reçois un mail récapitulatif de ma commande.

Ma commande

Commandez vos Bisc'oui ! en ligne et venez les récupérer dans nos points de retrait ou faites-vous livrer !

Toute commande passée et payée avant mercredi 18h sera disponible le jeudi en point de retrait ou livrée le vendredi après-midi.

Une commande spéciale ?

Envoyez-nous vos demandes par mail à order@biscoui.be, on vous répond avec plaisir !

Mes infos

Nom (*)

Prénom (*)

Adresse (Rue et numéro)

Ville



16-11-2020

Click and collect dans l'alimentaire

[Accueil](#) [Le concept](#) [Nos créations](#) [Commande](#) [Nos ateliers](#) [FAQ](#) [Presse](#) [Contact](#)

Mon point de retrait / Livraison

Je choisis le point de retrait

Merci de sélectionner le point de retrait de ton choix

L'Atelier de Sylvie : Rue Van Soust, 610 - 1700 Dilbeek (le jeudi de 16h à 19h)
Made In Anderlecht : Cours Saint-Guidon, 10 - 1070 Anderlecht (le vendredi de 11h à 17h)
Les Fleurs du Malt : Avenue du Roi Chevalier, 45 - 1200 Woluwe-Saint-Lambert (le vendredi de 12h à 19h)
Quoidbach sprl : Route de l'ennik, 268-270, 1070 Anderlecht (le vendredi de 12h à 16h)
Marché de la glacière : 16, rue de la glacière - 1060 Saint-Gilles (le vendredi de 12h-20h ou le samedi 10h-18h)

Total (€)

0.00

Merci de régler ta commande par virement bancaire sur le compte BE09 6511 7967 8257 avec la communication « nom + prénom + date de commande ». Les informations de paiement sont également reprises dans le mail récapitulatif qui va t'être envoyé. Toute commande impayée avant le jour de retrait ou de livraison ne sera pas prise en compte.

[Je passe ma commande](#)

(*) Champs obligatoires

[Privacy & Cookies Policy](#)



16-11-2020



The background is a solid dark blue color. It features several thin, white, curved lines that sweep across the frame from the top and bottom edges towards the center. These lines are of varying lengths and radii, creating a sense of movement and depth. The lines are most prominent on the left and right sides, framing the central text.

S'organiser

Stratégie digitale pour promouvoir votre e- shop...

M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4
6	7	8	9	10	11
13	14	15	16	17	18
20	21	22	23	24	25
27	28				



Il est important de planifier votre communication



Débuter dans la vente en ligne, que ce soit via la création d'un webshop ou d'un formulaire de click and collect, ça se prépare et surtout... cela demande un plan de communication !



Préparer et planifier les actions de communication liées à un site de vente en ligne permet d'augmenter fortement la visibilité du site et donc le nombre de ventes.



Répertoriier tous les grands évènements de l'année

Ceux qui vous concernent de façon "personnelle" et ceux qui concernent votre public cible et vous-même.

Bonne nouvelle : les grands évènements de l'année sont repris dans le calendrier marketing de Qualifio.



Calendrier éditorial



- ORGANISATION
- PLANIFICATION
- VALIDATION CLIENT/HIÉRARCHIE
- VENTILATION DU CONTENU
- VUE GLOBALE SUR LE MOIS



- PERTE DE SPONTANÉITÉ
- ANTICIPATION DES SUJETS
- RIGIDITÉ DE CONTENU
- CRÉATIVITÉ MISE À RUDE ÉPREUVE

Plan de publication



Vue mensuelle sur vos publications passées et futures.



Permet de vous assurer une présence régulière et réfléchie sur les reseaux sociaux.



Quel outil utiliser ?



Un simple fichier Excel



Google Calendar



Trello



Un outil payant comme Meltwater



Fichier Excel

The screenshot shows the Excel interface with a calendar for September 2017. The ribbon includes 'Fichier', 'Accueil', 'Insérer', 'Mise en page', 'Formules', 'Données', 'Révision', and 'Affichage'. The calendar grid shows dates from 1 to 30. Several dates have small thumbnail images or text snippets, such as '99.9%' on the 1st, 'JOURNÉE MONDIALE' on the 12th, and '59%' on the 20th. The status bar at the bottom indicates 'Calendrier'.

The screenshot shows an Excel template titled 'Calendrier Éditorial Réseaux Sociaux - Template'. The ribbon includes 'Fichier', 'Édition', 'Vue', 'Insérer', 'Format', 'Données', 'Outils', 'Ajouts', and 'Aide'. The spreadsheet has columns for 'Date', 'Publication', 'Thématique', 'Audience', 'Auteur', 'Facebook', 'Twitter', 'LinkedIn', 'Instagram', 'Snapchat', 'YouTube', and 'Pinterest'. The first row of data shows a publication on 1.01 with a description, a selection of themes, a target audience, and author information. The following rows are empty, showing dates from 2.01 to 25.01.

Date	Publication	Thématique	Audience	Auteur	Facebook	Twitter	LinkedIn	Instagram	Snapchat	YouTube	Pinterest
1.01	Indiquez le texte de votre publication (en entier ou un résumé)	Sélection parmi les thématiques de votre ligne éditoriale	Votre audience cible	Le nom de l'auteur de la publication (utile pour les Équipes)	x		x	x			
2.01											
3.01											
4.01											
5.01											
6.01											
7.01											
8.01											
9.01											
10.01											
11.01											
12.01											
13.01											
14.01											
15.01											
16.01											
17.01											
18.01											
19.01											
20.01											
21.01											
22.01											
23.01											
24.01											
25.01											



Google Calendar

Calendar

Today



Nov 2 - 8, 2015

Day

Week

Month

CREATE

November 2015

M	T	W	T	F	S	S
28	27	26	25	24	23	22
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

My calendars

- Britany Berger
- Facebook
- LinkedIn
- Tasks
- Twitter

Other calendars

GMT-04	Mon 11/2	Tue 11/3	Wed 11/4	Thu 11/5	Fri 11/6
8am	8 - 9 Blog Post	8 - 9 Blog Post	8 - 9 Blog Post	8 - 9 Blog Post	8 - 9 Blog Post
9am	9 - 10 Blog Post	9 - 10 Engagement: Question	9 - 10 Blog Post	9 - 10 Engagement: Question	9 - 10 Blog Post
10am	10:00 - 11:30 Offer: Ecourse	10:00 - 11:30 Offer: Ebook	10:00 - 11:30 Offer: Webinar	10:00 - 11:30 Offer: Ecourse	10:00 - 11:30 Offer: Cheat Sheet
11am					
12pm					
1pm	1p - 2p Blog Post	1p - 2p Blog Post	1p - 2p Blog Post	1p - 2p Blog Post	1p - 2p Blog Post
2pm	2p - 3p Blog Post	2p - 3p Engagement: Image	2p - 3p Blog Post	2p - 3p Engagement: Question	2p - 3p Blog Post
3pm	3:30p - 4:30p Engagement: Image	3:30p - 4:30p Engagement: Question	3:30p - 4:30p Engagement: Quote	3:30p - 4:30p Engagement: Image	3:30p - 4:30p Engagement: Question
4pm					
5pm					
6pm	6p - 7p Blog Post	6p - 7p Blog Post	6p - 7p Blog Post	6p - 7p Blog Post	6p - 7p Blog Post



16-11-2020

Trello

The screenshot shows a Trello board named "Sample Content Calendar" with a teal header. The board is organized into several columns, each representing a different stage of content creation:

- Blog Ideas:** Contains five cards with progress indicators and due dates: "How To Create An Editorial Calendar (Updated)" (Jun 17), "Using Hootsuite for Banking Customers" (Jun 24), "How To Install The New Facebook Page Plugin" (Jul 1), "Pinterest Rich Pins Explained" (Jul 8), and "Instagram Introduces Ads- My Thoughts On The Whole Shabang" (Jul 15).
- Researching:** Contains two cards: "Twitter Marketing: A Case Study" and "Q&A: How To Market To Different Audiences".
- Twitter:** Contains three cards: a "Blog" (Jun 25), a "Promo" (Jun 25), and a "Freebie" (Jun 25). The "Freebie" card features a "FACEBOOK LIKES AD" graphic.
- Facebook:** Contains five cards: a "Promo" (Jun 25), a "Blog" (Jun 26), a "Video" (Jun 26), a "Tip" (Jun 26), and a "Question" (Jun 27).
- On Hold:** Contains three cards: "How to Structure an Editorial Calendar", "Create Cards via Email", and "Holiday Campaign Wrap Up Stats".
- Writing:** Contains one card: "Tools I love For Business" (May 14).
- Editing:** Partially visible on the right edge.

Each card includes a progress bar (green, yellow, or red) and a due date badge. The board interface includes a search bar, a "Boards" tab, and a user profile for "Kim Jimenez".



Planification = organisation



Vous organiser à l'avance va donc vous permettre de :

- gagner un temps précieux
- éviter de rater un évènement important dans votre secteur
- mieux travailler et définir votre contenu
- coller au plus près à la réalité de vos utilisateurs
- programmer votre contenu à l'avance
- être présent de façon régulière et pertinente
- gagner en tranquillité d'esprit !



The background of the slide is a solid dark blue color. It is decorated with several thin, white, concentric circles of varying radii. These circles are scattered across the frame, with some appearing as full arcs and others as partial segments. The overall effect is a modern, minimalist geometric pattern.

Conclusion

Commerce physique et e-commerce

Ce qui fait la différence, et qui se retrouve dans votre point de vente physique, c'est notamment :

- La qualité du conseil (qu'on retrouve de façon moins spontanée sur un site de vente en ligne) ;
- La possibilité d'avoir un endroit vers lequel se tourner en cas de problème avec la commande (augmente la confiance du consommateur) ;
- Augmente le sentiment de fidélité car le consommateur sait qu'il achète de façon locale et qu'il soutient une activité nationale ;



Commerce physique et e-commerce

- L'humain : acheter en ligne, lorsque le point de vente physique est existant, permet de se mettre en avant en tant qu'humain, à la fois sur les réseaux sociaux, sur votre site, dans votre SAV, etc. et cela reste essentiel à l'heure du digital !
- Comme vu précédemment, l'e-commerce occupe de plus en plus de terrain dans les achats des belges. Cependant, le magasin physique reste encore plébiscité par les consommateurs : **60% des belges préfèrent l'achat en boutique qu'en ligne.**

Source : Lightspeed, 2019



Débuter sans casser sa tirelire

← → ↻ ⓘ Non sécurisé | werk-economie-emploi.brussels/fr_FR/prime-web ☆

Prime web : développer un site internet ou une plateforme d'e-commerce



Vous souhaitez développer ou améliorer la visibilité de votre entreprise sur internet ? Vous envisagez de vous lancer dans le commerce en ligne ? Bénéficiez d'une prime pour une mission de consultation externe concernant l'optimisation ou le développement d'un site internet ou d'une plateforme d'e-commerce !

[Tout savoir](#) [Formulaire de demande](#) [Contact](#)

Contact

Bruxelles Economie et Emploi
Bd du Jardin Botanique, 20
1035 Bruxelles
E [Formulaire de contact](#)
T 02 800 34 62

Réglementation

- [Arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale relatif aux aides pour la consultation et pour le développement d'un site internet ou d'une plateforme d'e-commerce](#)
- [Ordonnance relative aux aides pour le développement économique des entreprises](#)



Merci !

**Vous avez un projet d'ouverture de commerce à Bruxelles,
des questions complémentaires sur l'e-commerce,
besoin de challenger votre business plan?**

**Contactez l'équipe Retail via
retail@hub.brussels.**