

Fidéliser ses clients est un enjeu majeur pour toute boutique en ligne. Cette loyauté souligne la qualité de vos produits et vous assure une forme de stabilité.

Comment susciter cet engouement pour votre entreprise ?

En récompensant vos clients par des avantages exclusifs.

Retrouvez tout de suite les informations à connaître sur les programmes de fidélité en e-commerce.

Les bénéfices d'un programme de fidélité

En e-commerce, un programme de fidélité sert à récompenser les clients réguliers. Il s'agit d'un lien particulier, qui relève de l'affectif. Bien conçu, ce type d'offre renforce la loyauté des consommateurs, qui deviennent vos meilleurs ambassadeurs.

Or, il est plus économique de conserver un client déjà présent que d'en acquérir de nouveaux. C'est pourquoi prendre soin de votre audience est fondamental, autant pour votre image de marque que pour votre chiffre d'affaires !

L'importance de la fidélisation client en e-commerce

D'après une étude réalisée par Inc.com, les clients réguliers consomment en moyenne 67 % de plus que les nouveaux clients. Développer la loyauté de sa clientèle est donc une stratégie gagnante pour l'avenir de son site e-commerce. Cela permet de :

- Générer des ventes récurrentes
- Augmenter le montant moyen des commandes.
- Diminuer l'abandon des paniers
- Améliorer votre fichier client

Bâtir un programme de fidélité attrayant

La réussite de votre programme fidélité repose sur une bonne compréhension de vos clients. Pour cela, vous devez définir votre client idéal, une étape indispensable pour la création d'un site e-commerce.

Vous devez cerner son point de vue, sa motivation et sa façon de réagir avec précision. Vous pouvez également étudier le parcours suivi par vos clients sur votre site.

Toutes ces informations vous aideront ensuite à décider du type d'avantages que vous allez proposer.

« Bien cerner les besoins de ses clients est indispensable pour bâtir un programme fidélité qui les séduira. »

Choisir les avantages à offrir

Parmi les différents types de programme existants, vous trouverez le système des points de fidélité, le club VIP, ou l'abonnement avec fonctionnalités premium. Il peut également s'agir de la livraison gratuite ou de ventes privées.

La formule retenue dépend du profil de votre audience. Il vous faudra ensuite paramétrer votre CMS e-commerce en conséquence, pour un bon suivi de chaque compte client.

La construction d'un programme de fidélité efficace passe par la définition d'avantages concrets, montrant à vos clients ce qu'ils gagnent à vous rejoindre. Un programme répondant aux attentes de votre client idéal va améliorer votre taux de conversion et votre chiffre d'affaire, mais aussi votre réputation. Il doit donc s'intégrer dans l'élaboration de votre stratégie digitale.

Mesurer l'efficacité de votre programme

Un programme de fidélité doit faire l'objet d'un suivi pour connaître son efficacité et procéder aux ajustements nécessaires.

Vous aurez besoin de différents indicateurs, comme le Net Promoter Score (NPS), le taux de réachat, le taux de participation, ou encore le taux d'attrition. Insérés dans votre tableau de bord, ces indicateurs vous fourniront des informations précieuses pour piloter votre boutique.

Expertisme, accompagner la réussite de votre e-commerce

L'agence **Expertisme** a développé une offre complète destinée aux gérants e-commerce, avec :

- La création de sites e-commerce (Shopify, PrestaShop, WooCommerce)
- L'installation et le paramétrage d'outils Webanalytics
- Le tracking et le retargeting B2B

Nous proposons également une formation spéciale Dirigeants pour comprendre les enjeux de la vente en ligne.

L'avis de l'Expert en Stratégie e-commerce

La mise en place d'un programme de fidélité présente de nombreux avantages pour la vente de produits ou de services.

En plus de soigner votre image de marque, elle permet de dégager des axes d'amélioration pour l'avenir. Créer un site e-commerce fait partie de vos projets ?

Prenez rendez-vous et bénéficiez des conseils de notre équipe.