



# LES ANIMATIONS COMMERCIALES DU SITE : OBJECTIFS ET MOYENS

## Les objectifs de l'animation commerciale

Objectif	Fonctions
Générer du trafic	Fréquentation régulière du site, optimisation du référencement naturel (SEO), dynamisation par les réseaux sociaux, jeu-concours, blog.
Contourner la périodicité des ventes	Animation commerciale pendant les périodes creuses, vente exceptionnelle, coupon de réduction incitant à l'achat pour l'écoulement des stocks.
Lancer un nouveau produit	Animation commerciale pour annoncer et promouvoir un nouveau produit, permet d'optimiser la communication sur son lancement.
Fidéliser le client	Animation dynamisant le site pour informer des nouveautés, des guides, des promotions, etc.
Favoriser le Web to store	Recherche d'informations en ligne par les clients, les tiers lieux connectés facilitent l'achat en point de vente physique.
Améliorer le cross-selling et le panier moyen	Proposer un service ou produit complémentaire lors de l'achat, inciter à ajouter des articles au panier (50% des cas : promotion).
Optimiser la conversion	Favoriser l'acte d'achat impulsif via la promotion, le consommateur se décide plus rapidement.
Améliorer la e-réputation	Animation commerciale pour animer les réseaux sociaux, les internautes peuvent aimer/partager et diffuser un avis positif sur l'achat.

## Les moyens nécessaires

La mise en place d'un programme d'animation commerciale efficace nécessite un investissement en temps et en moyens. Un programme régulier est essentiel pour fidéliser la clientèle.

- **Ressources Humaines :**
  - Qui s'occupe de l'animation ? (Webmaster, community manager, etc.)
  - Quelles sont les compétences requises ? (Externes : maquettiste, photographe... ; Internes : maîtrise du temps, délais, réalisation des opérations).
  - Comment estimer le temps passé pour atteindre les objectifs ?
- **Ressources Financières :**
  - Budget nécessaire pour la mise en place des animations.
  - Coût des prestations externes, frais de communication et publicité, prix des ressources matérielles.
  - Les profils des types d'actions et communications réalisées détermineront le coût total.
  - Le calcul du ROI (Retour sur Investissement) est primordial\*
- **Ressources Matérielles :**
  - Quels outils sont nécessaires pour mettre en place les animations ?
  - Exemples : extensions pour la gestion de la création de site, outils d'analyse des résultats, appareils photo et vidéo, logiciels de montage et retouche, outils de création de jeux et concours.
  - Le choix dépend des actions à mettre en place et de l'entreprise.

$$* ROI(\%) = \frac{\text{bénéfices}}{\text{coût}} * 100$$