



RÉALISER UN PLAN D'ANIMATION E-COMMERCE

Le Plan d'Animation

Le plan d'animation est un document clé pour l'e-commerce. Il décrit les actions à mener sur une période donnée (souvent l'année) pour atteindre les objectifs de vente. Il permet d'avoir une vision claire de la fréquence des animations, d'adapter les actions à la saisonnalité et aux périodes creuses, et d'optimiser l'équilibre entre site et ventes. Ce plan doit être flexible pour s'adapter aux évolutions du marché et de l'entreprise.

Les Thèmes d'Animation

Thème	Description
Les saisons	Animations liées aux saisons (printemps, été, automne, hiver) et aux nouvelles collections.
Les événements calendaires	Animations autour des fêtes et événements annuels (Noël, Saint-Valentin, Pâques, Halloween, rentrée...).
Les périodes commerciales	Périodes de soldes, Black Friday, Cyber Monday - incontournables pour booster les ventes.
Les journées internationales	Animations sans but commercial direct, souvent relayées sur les réseaux sociaux (Journée de la femme...).
Les dates liées au secteur	Événements spécifiques au domaine d'activité de l'entreprise (ex: Fashion Week pour la mode, salon auto...).

Les Différents Types d'Animations et de Promotions

Type d'animation / Promotion	Description	Objectifs
Réduction	Remise en pourcentage ou valeur sur le prix. Souvent affichée avec l'ancien prix barré.	Optimiser la conversion et le chiffre d'affaires.
Vente flash	Réduction importante sur une courte durée. Incite à l'achat rapide.	Augmenter le panier moyen, favoriser le cross-selling.
Remise partenaire	Réduction proposée aux visiteurs venant de sites partenaires (influenceurs, blogs...).	Augmenter le trafic, sélectionner les meilleurs supports.
Frais de port offerts	Offerts à partir d'un certain montant ou sans minimum d'achat. Incite à finaliser la commande.	Limiter le taux d'abandon de panier.
Webinaire / Film promotion	Présentation d'un produit ou service en vidéo (direct ou enregistré). Permet d'interagir et de montrer l'usage du produit.	Éviter le déplacement, identifier et qualifier les contacts, prouver la valeur.
Produit offert	Ajout d'un produit gratuit (échantillon, cadeau...) en complément d'une commande.	Favoriser l'essai, fidéliser.
Vente jumelée	Vente de deux articles (identiques ou différents) à un prix inférieur à la somme des prix individuels.	Favoriser l'essai, augmenter le panier moyen, faire connaître la gamme.
Jeux et concours	Opération demandant une participation (photo, quiz...). Correspond à l'image de l'entreprise.	Recruter de nouveaux contacts/clients, améliorer la notoriété, fidéliser.