



Naviguer dans le paysage du commerce électronique

Surmonter les défis, saisir les opportunités

Septembre 2024

En collaboration avec :



Les clés du succès dans un monde de plus en plus connecté

1. Évoluer dans le contexte créé par le commerce électronique

Présenté par François Charon, président de Synonyme média

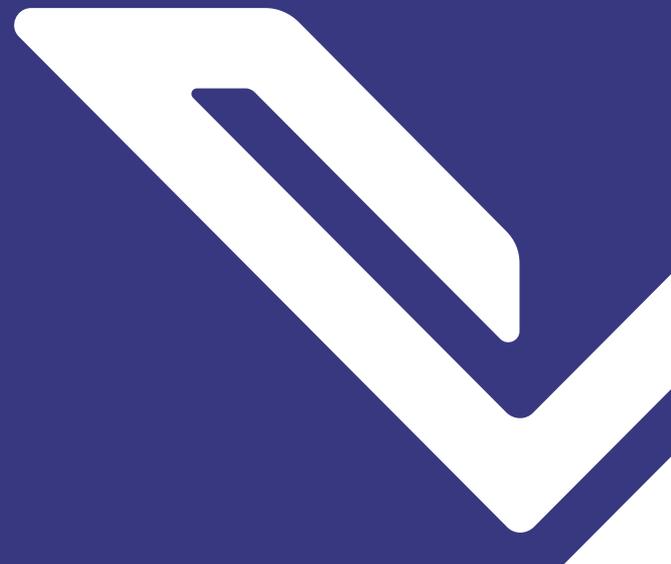
2. Répondre aux besoins du client avec une solution en ligne

Présenté par Frédéric Coté, directeur du développement des affaires et partenariats stratégiques chez CDMV

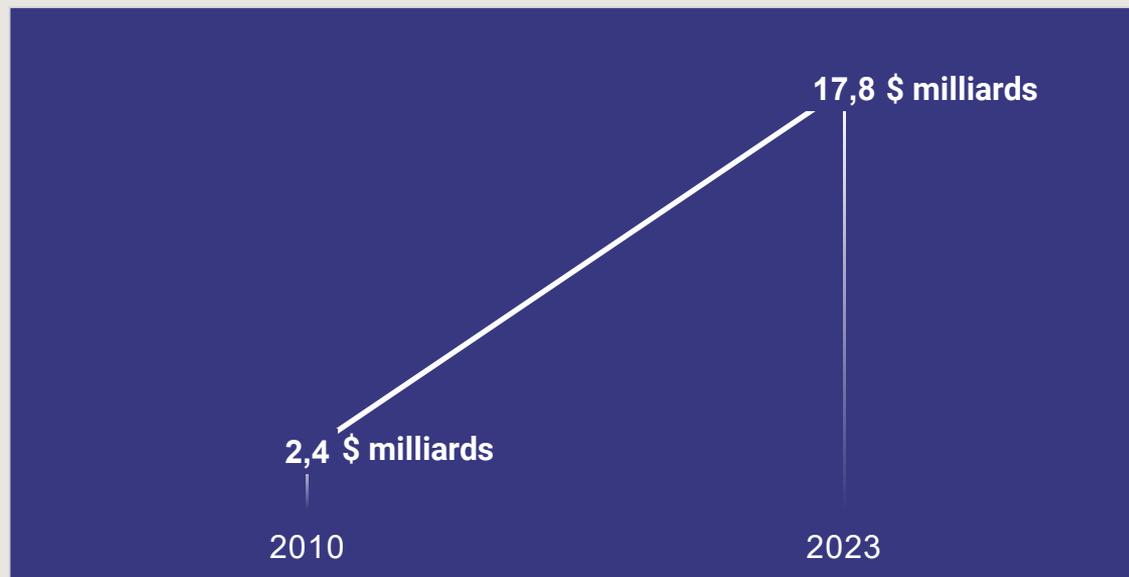


ÉVOLUER...

...dans l'univers du commerce électronique.

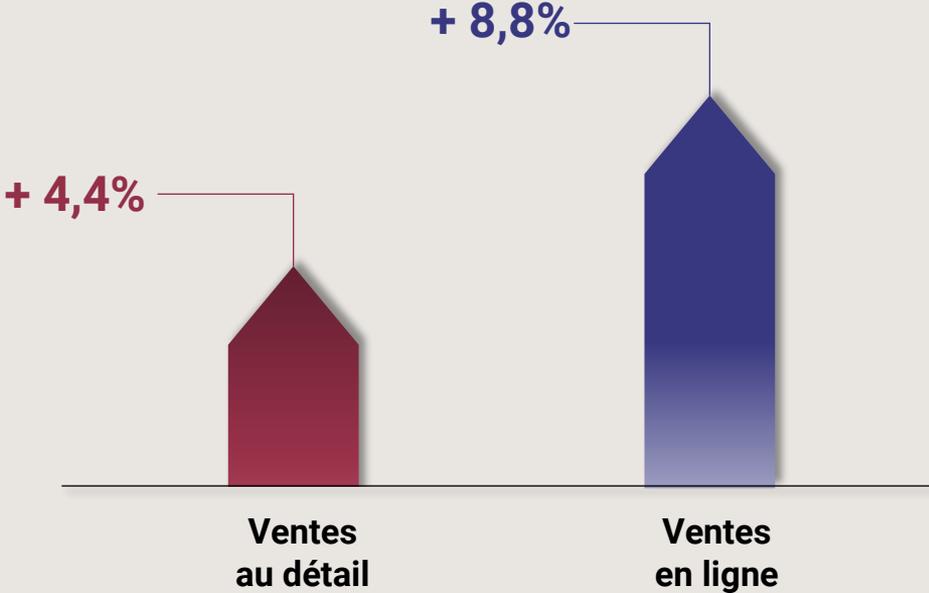


Montants dépensés en ligne par les québécois*



> + 741%

Croissance des ventes en 2023



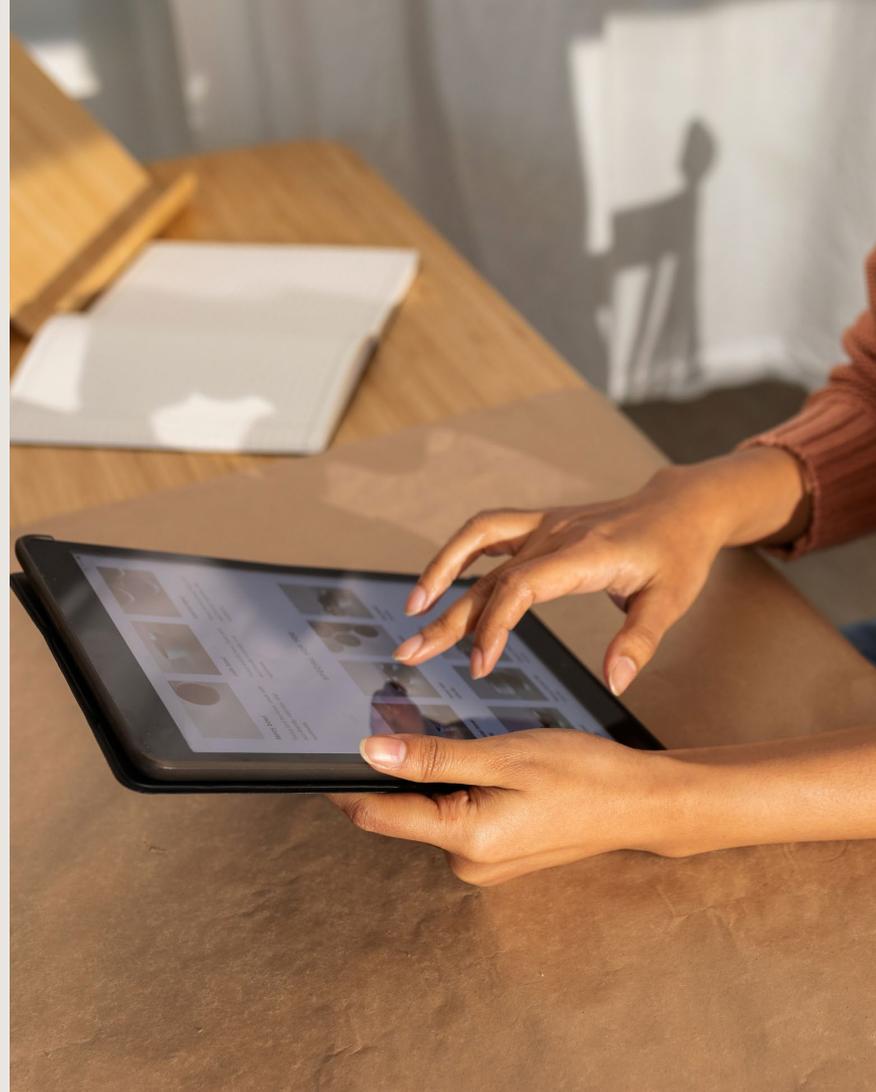
Qu'est-ce qu'on achète en ligne?

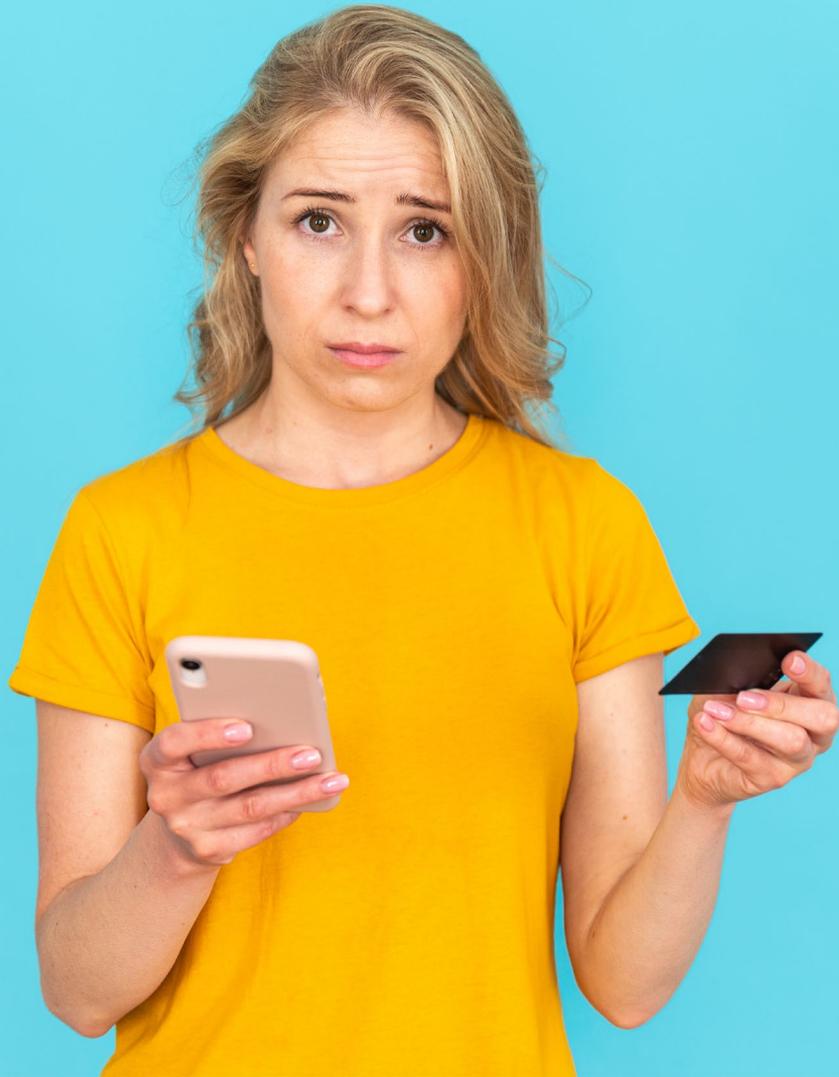


Opportunité manquée?

89% des entreprises d'ici ont une présence Web (site internet, réseaux sociaux, publicité numérique)

2/3 des entreprises d'ici ne font pas de commerce électronique





**Ne pas vendre
en ligne, c'est
comme refuser
des clients à la
porte.**

Prendre le virage... ou pas





**Revenus passif-
récurrent.
Vendre même la
nuit!**

Les risques du statu quo

La vie a horreur du vide, votre absence sera comblée par quelqu'un d'autre

Votre client devient infidèle une seule fois

Votre client reçoit ailleurs des conseils et des produits personnalisés

Votre client est relancé par courriel / SMS avec une promotion par un géant en ligne

Votre client risque de devenir fidèle à un géant en ligne ou à une clinique à quelques rues de la vôtre

Le monde a changé

La pandémie a fait faire un bond de 10 ans dans l'adhésion de la technologie pour TOUT le monde

Télétravail
(Zoom, Teams, etc.)

Nuage
(Drive, iCloud, Gmail,
outlook.com, etc.)

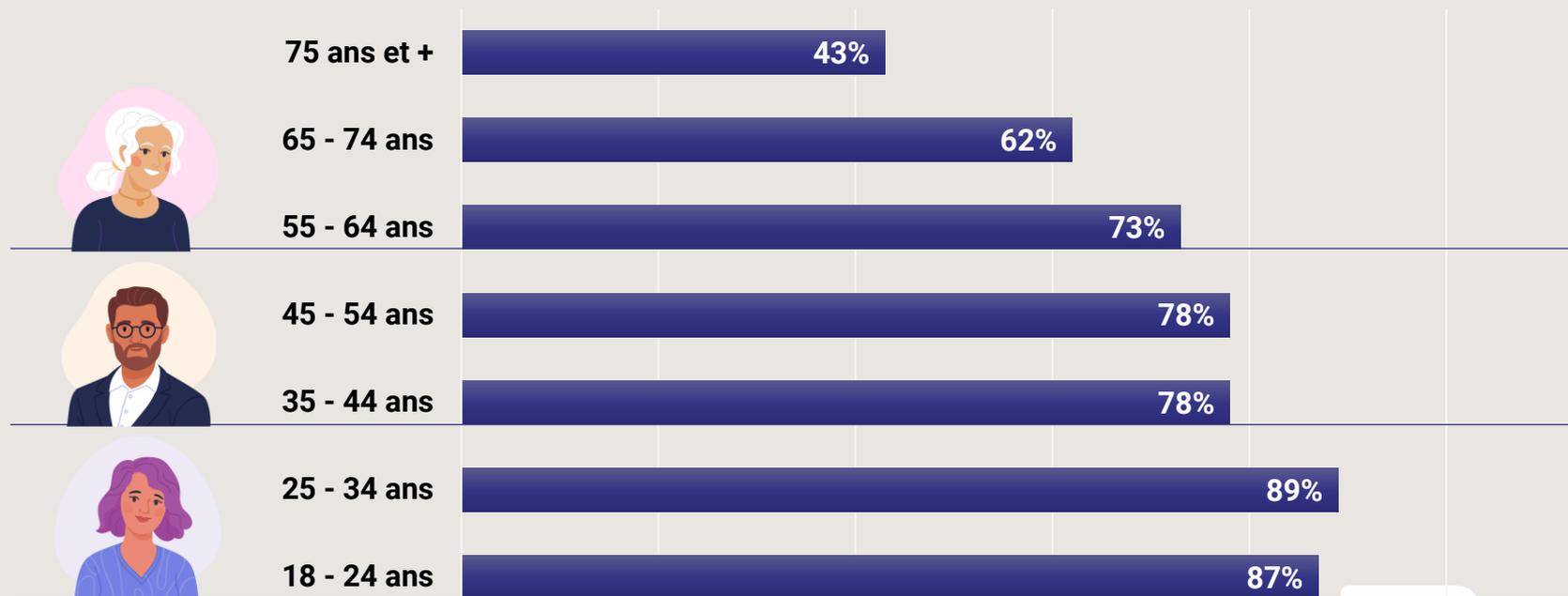
**Impôt et santé en
ligne**

**Interac, transfert
électronique,
Paypal, Wise, etc.**

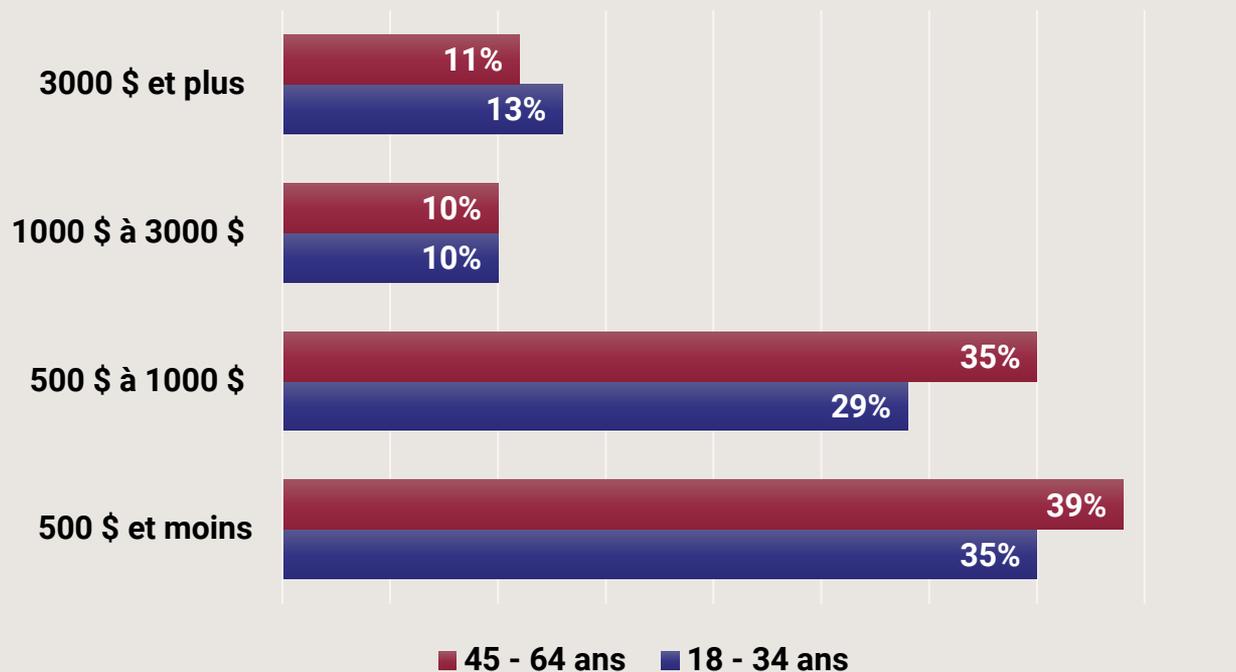
SMS, messenger

**Voilà.ca, metro.ca,
Ferme Lufa,
DoorDash, Uber
Eat, Instacart**

Qui achète en ligne?



L'âge n'est pas un facteur dans la consommation



Les motivations des Québécois à choisir un site d'achats



30%

Prix concurrentiels (volume et revenu récurrent)



20%

Confiance en l'entreprise



17%

Disponibilité des produits



11%

Politique de livraison



7%

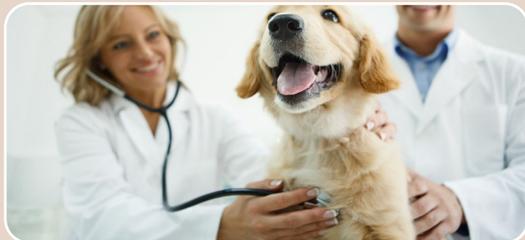
Coup de cœur personnel



- Gagner du temps
- Avoir plus de choix
- Comparer les produits et marques

L'avenir est maintenant, et c'est gagnant-gagnant

Pour la clinique



Ouvert 7/7, 24/24
Pas d'inventaire
Pas d'espace plancher/tablette
Gestion simple
Aucun personnel requis
Conseils-services personnalisés
Fidélisation

Pour le client



Ouvert 7/7, 24/24
Respect des conseils
Pas d'erreur à l'achat
Produits de qualité
Grand choix de produits
Prix compétitifs
Livraison à la maison



Rester en relation avec le client

- Le client est sur VOTRE site
- Se sent en relation avec VOUS
- Reçoit les messages de VOUS
- Est sous l'impression que VOUS lui livrez la marchandise
- Se sent en sécurité car VOUS êtes SON vétérinaire



Pourquoi les PME ne vendent pas en ligne ?

ELLES CROIENT QUE...

C'est trop cher



C'est compliqué



Ont eu des mauvaises expériences



Pensent que ce n'est pas pour eux



N'y croient pas



LA RÉALITÉ EST...

Ce n'est pas plus cher



C'est maintenant facile



Elles doivent devenir autonomes en ligne



Toute entreprise qui a quelque chose à vendre doit aussi le vendre en ligne



Pourquoi les PME ne vendent pas en ligne ?

On pense à tort que :

- ✗ Cela prend du temps
- ✗ Cannibalisation \ pertes de revenus – marge bénéficiaire plus faible
- ✗ Moins de connexions (relation directe) avec mon client, etc.
- ✗ Moins de ventes en clinique



www = achat local

- Le Web préconise, dans ses résultats de recherches et proposition, le commerce de proximité
- Permet de reconnecter avec ses clients
- Vendre en ligne = rester en contact
- Ramène le client en clinique
- Vente de services/items complémentaires



La réalité d'aujourd'hui (incluant celle des cliniques vétérinaires)

- Le marché est stagnant
- Les revenus augmentent majoritairement à cause de l'augmentation des prix (en général)
- L'inflation et les taux d'intérêt ont un impact sur les dépenses de la clinique... et sur les \$\$ disponibles des clients
- La compétition s'élargie autant dans le détail qu'en commerce électronique
- Des grands joueurs font leur entrée dans le marché



Surmonter...

...les obstacles et répondre aux besoins de vos clients.



Une boutique en ligne clé en main



Les avantages d'une boutique en ligne clé en main

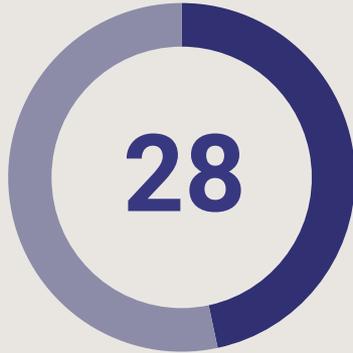
Pour la clinique:

- ✓ Pas d'investissements requis en agrandissement de l'espace ni en inventaire
- ✓ Optimise les ressources internes = plus de temps pour les soins / clients
- ✓ Génère des revenus même lorsque la clinique est fermée
- ✓ Offre une expérience client bonifiée
- ✓ Facile à gérer
 - Améliore le suivi des recommandations
 - Commandes récurrentes;
 - Achat 24 / 7;
 - Approbation des produits

Commerce en ligne = une économie de temps!

Temps moyen requis pour la vente d'un sac de nourriture en clinique

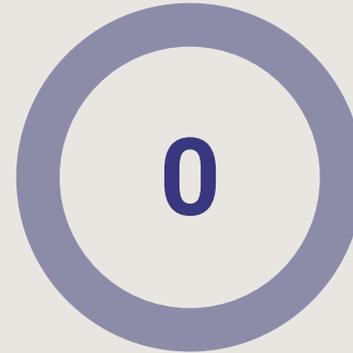
Minutes



1. gestion d'inventaire
2. interactions clients
3. gestion des commandes
4. transactions

Temps moyen requis pour la vente d'un sac de nourriture en ligne – livré chez le client!

Minutes



Quel est le coût par rapport aux bénéfices

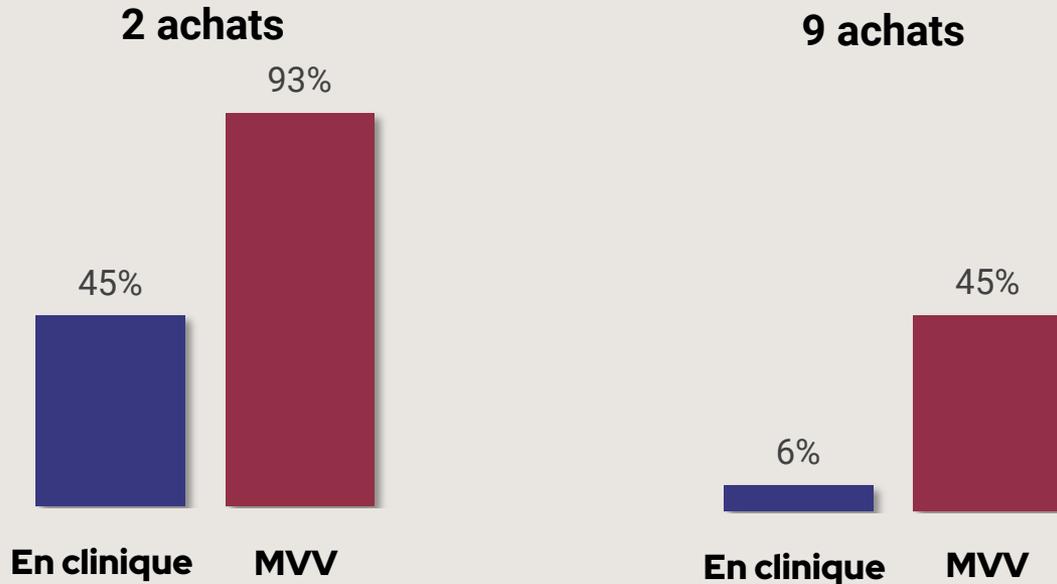
En clinique



En ligne



Nombre d'achats → suivre les recommandations



Pourquoi maVITRINEvétérinaire?

Impacts de l'approche uniquement en clinique...

Le client doit s'adapter aux heures d'ouverture de la clinique



La clinique doit surveiller son niveau d'inventaire pour éviter de manquer de nourriture



La clinique ne peut pas offrir toutes les options de nourriture – plus de 2000 variations seulement pour les diètes thérapeutiques



Devient une relation transactionnelle et le vétérinaire est associé au coût de la nourriture



Impacts de l'approche boutique en ligne...

Disponible 24/7



La récurrence d'achat libère le client d'une tâche à faire – et permet d'économiser 5%



Augmentation du nombre de produits disponibles et de la capacité de regrouper des achats



Change l'état d'esprit du client – le coût de la nourriture n'est pas nécessairement associé au vétérinaire

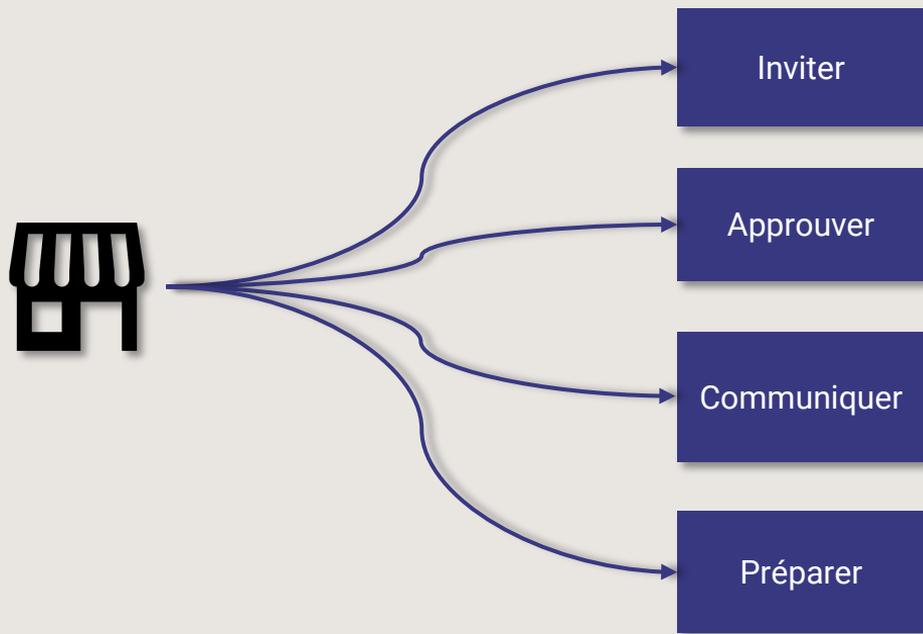


À quoi s'attendre de la solution en ligne clé en main maVITRINEvétérinaire?

- ✓ Pas de coûts initiaux ou de développement - *facile à mettre en œuvre*
- ✓ Catalogue prêt à l'emploi
- ✓ Facile à gérer
- ✓ Soutien disponible



Pour la clinique - gestion au quotidien



Contrôlez qui vous invitez !

Contrôlez l'approbation des diètes (quantité et durée)

Qu'est-ce qu'un propriétaire d'animal attend d'une solution en ligne ?



Expérience fluide et conviviale



Grande sélection de produits



Méthodes de livraison abordables



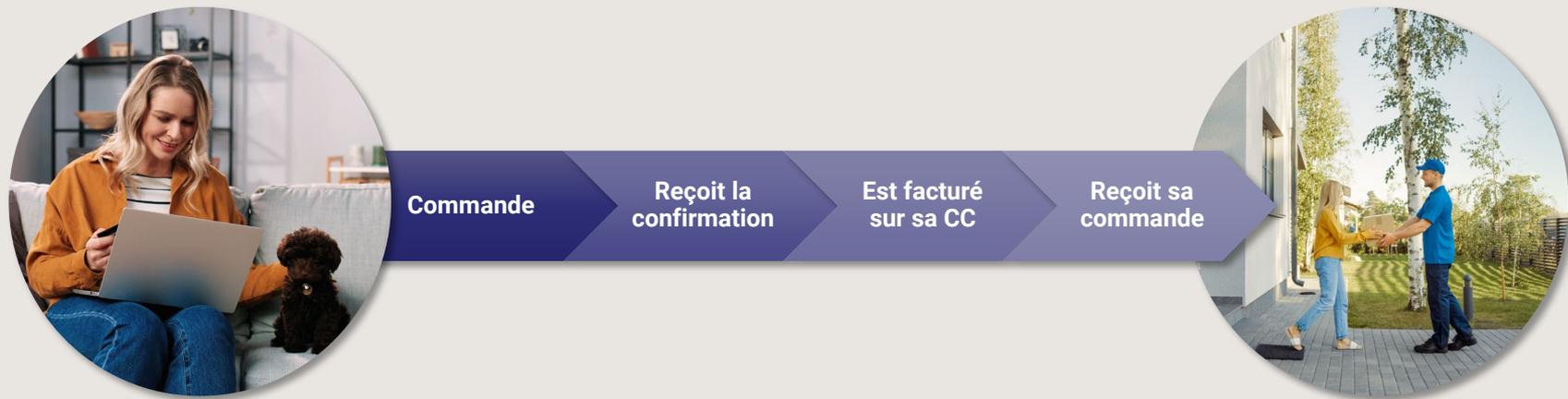
Environnement sécurisé



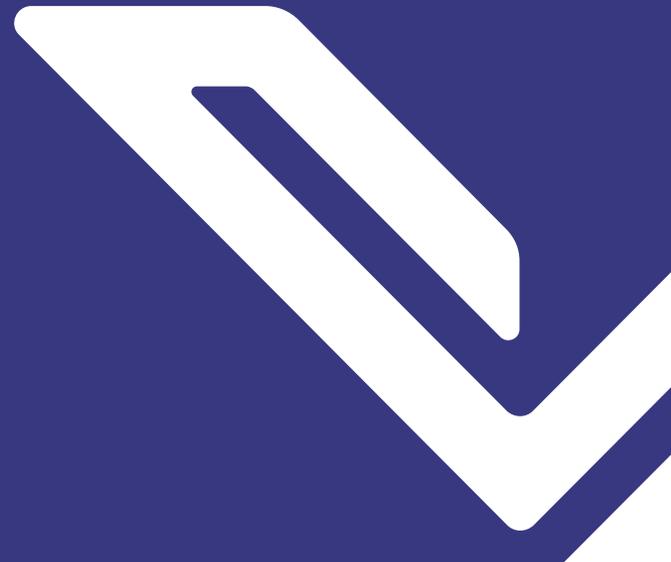
Accès à une équipe vétérinaire en qui ils ont confiance



Le parcours du client

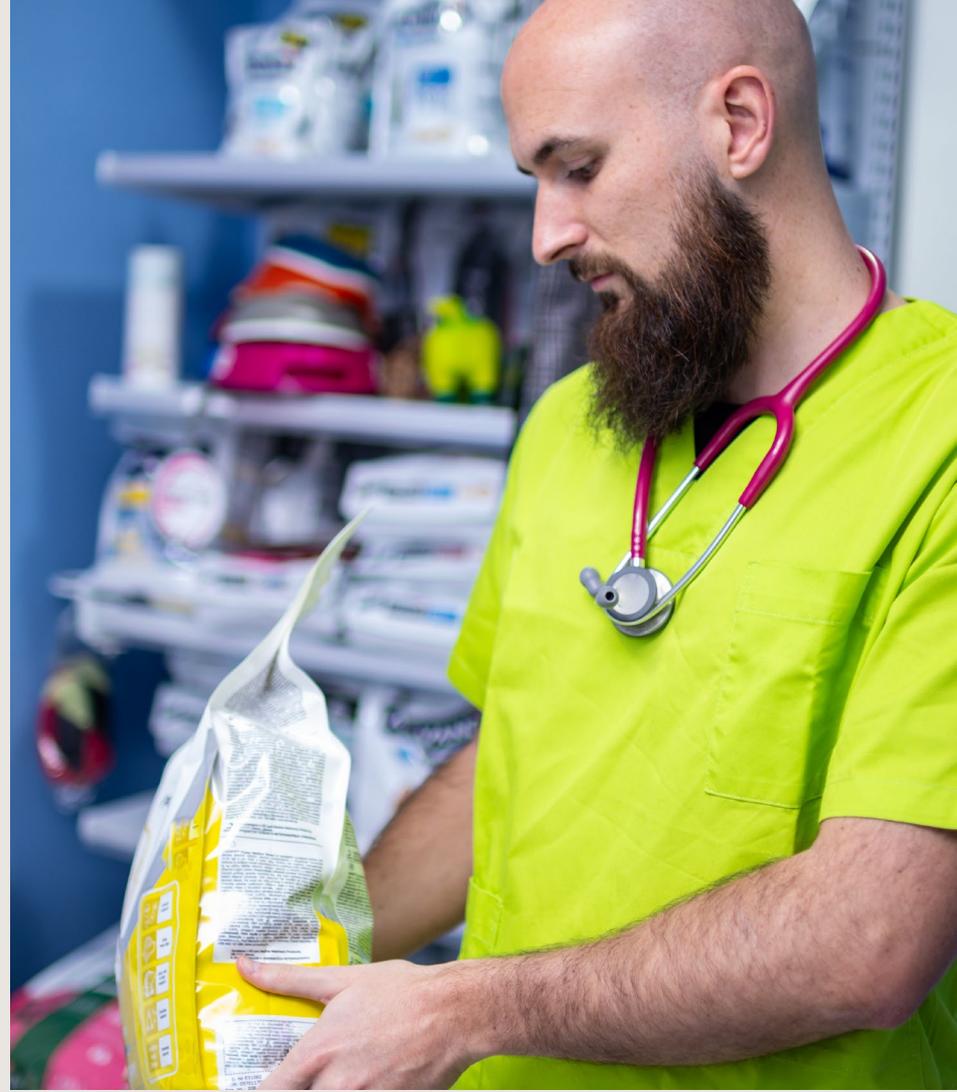


**| Pourquoi prendre
le virage?**



1 - Une meilleure adhésion aux recommandations

« Votre client a confiance en vos recommandations et en votre expertise, il appréciera d'être en mesure de se procurer un produit que vous lui avez recommandé sur votre propre boutique en ligne »



2 - La commodité pour vos clients

« Être accessible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, avec un super inventaire « virtuel » et se faire livrer sa commande à la maison. »



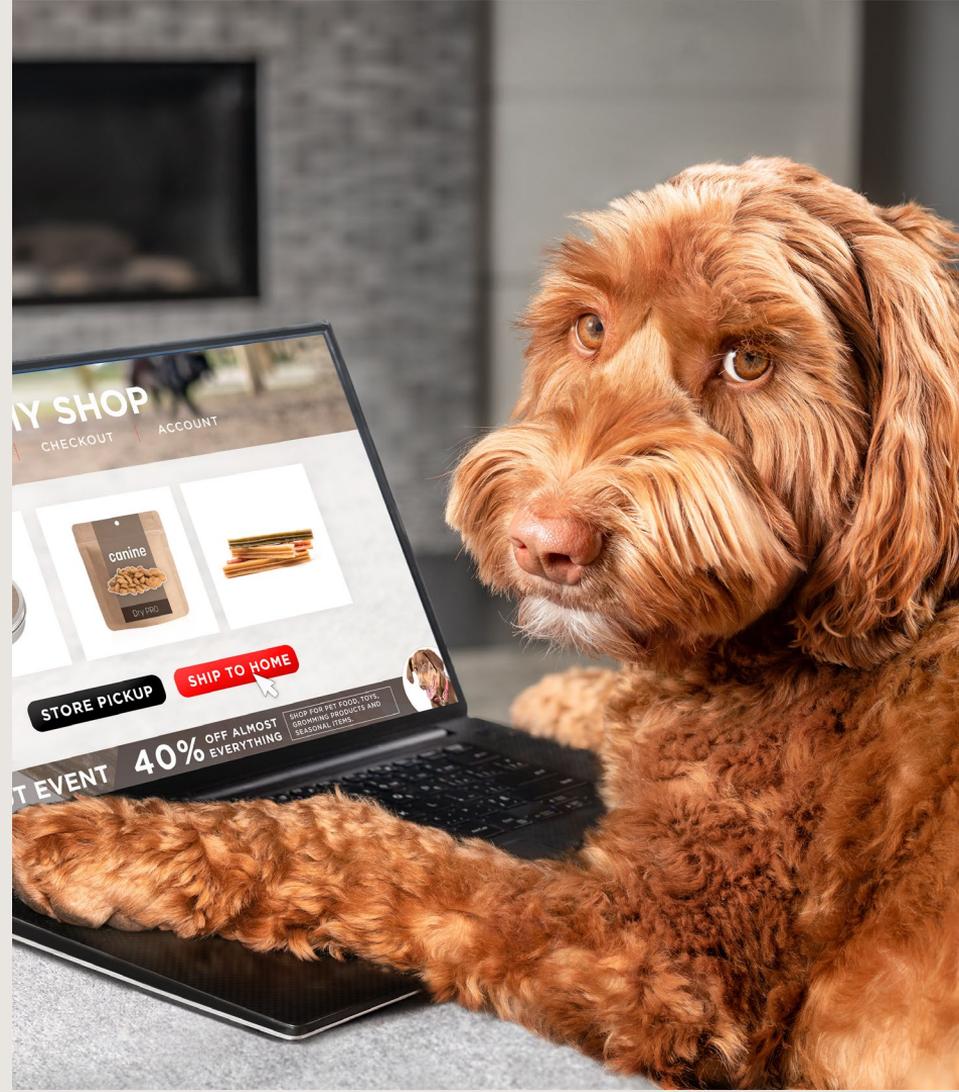
3 - Les commandes récurrentes

« Une fois que vous recommandez un régime alimentaire à un patient, le client s'abonne à la récurrence pour des articles tels que la nourriture et des gâteries. Plus de volumes de vente et plus de revenus.»



4 - Le contact avec vos clients

« Vos communications par courriel représentent d'excellentes occasions d'éduquer vos clients, et augmentent nettement vos chances de les fidéliser. »



Merci à nos partenaires :



Merci également pour la participation de :



Merci

Vous désirez obtenir plus d'information?

Contactez CDMV :

Téléphone : 1 800 668-2368

Courriel : clients@cdmv.com

