

Avec la floraison des sites d'e-commerce consacrés à la mode, il devient indispensable de prendre diverses dispositions pour asseoir sa notoriété, développer la vente de ses produits et fidéliser ses clients.

### **Le canal de communication**

Aujourd'hui, nombreux sont les sites qui utilisent les réseaux sociaux pour assurer leur promotion. Facebook est le plus utilisé grâce à son grand nombre de membres réunis au sein de différentes communautés. Ainsi les entreprises de mode créent une page sur Facebook qu'elles animent régulièrement. C'est un bon moyen pour elles d'intégrer le quotidien des consommateurs avec qui elles échangent et discutent sur leurs différents articles et services proposés.

### **Comment bien communiquer ?**

Être présent sur Facebook est une chose, savoir communiquer avec ses membres en est une autre. Voici quelques conseils qui vous éclaireront sur la meilleure façon d'attirer les internautes vers sa page et les fidéliser :

- Leur donner l'occasion de s'exprimer :  
Cela leur permettra de donner leurs avis et de faire des suggestions sur les produits.
- Se montrer entièrement disponible :  
L'internaute a souvent besoin de réponses à ses questions et préoccupations. Il faut pouvoir les lui fournir dans les meilleurs délais.
- Les fidéliser :  
La confiance passe par le respect des engagements. Exécuter les commandes dans les délais est donc primordial. Au besoin, on peut faire quelques réductions spéciales ou offrir de petits cadeaux au-delà d'un certain niveau d'achats.

Bon à savoir : pour mettre toutes les chances de votre côté, vous pouvez améliorer votre stratégie de communication en demandant conseil à une agence spécialisée.

### **La qualité des produits**

Attention, la communication ne doit pas se faire au détriment de la qualité du produit : en dépit de la meilleure campagne de communication, le client ne reviendra effectuer un nouvel achat sur votre site que si la facture de son article le satisfait. Pour cela, il faut que le produit corresponde au mieux à ses besoins et à ses exigences.

D'autres aspects pourront faire la différence entre plusieurs sites d'e-commerce, comme l'originalité ou les prix pratiqués. Votre produit doit posséder une touche spéciale. Il vous appartient donc de faire preuve d'ingéniosité et de créativité pour vous démarquer des autres. On peut s'inspirer de la marque André spécialiste des chaussures, qui propose des articles adaptés à chaque saison comme une paire de [boots](#) ou [ballerines pour femme](#) .

La Halle propose un catalogue de [chaussures](#) renouvelé en fonction des tendances et pour toute la famille comme des chaussures pour homme (boots, richelieu, baskets), ainsi que des vêtements pour homme et des vêtements pour femme. Les sites de chaussures comme Zalando et Spartoo misent sur un choix de marques très étendu pour leur stratégie en ligne.

Autre paramètre d'importance dans le choix des consommateurs : le prix. Les internautes recourent de plus en plus fréquemment aux comparateurs de prix pour s'orienter vers les produits les moins onéreux. Vous avez donc tout à gagner à être répertorié dans ces moteurs de recherche.

### **Comment bien animer sa page Facebook ?**

Voici quelques petites astuces qui vous éclaireront sur la meilleure manière d'inciter les internautes à rallier votre communauté Facebook :

- mettre en avant des avantages clients.
- En établissant une relation client avec l'internaute depuis son compte Facebook, vous pourrez le faire bénéficier d'offres spéciales.

La mise en place d'un système de « calls to action » clignotants (« cliquez ici », « participez au tirage au sort », « pour plus d'informations, contactez tel numéro » etc.) interpelle le membre et l'invite à l'action. C'est un bon outil incitatif : il a été démontré que la formulation et la mise en évidence d'un « call to action » favorisent généralement le taux de réponse.

Vous pouvez également mettre en place un e-mailing mettant l'accent sur la relation client, ce qui prouvera toute l'attention et l'intérêt que vous accordez à ce dernier.