

Blogs, réseaux sociaux, sites vitrines, cyber-boutiques... Ne ratez pas le train de l'Internet, c'est un train TGV.

ches. Vos clients peuvent laisser commentaires et appréciations.

Innovant et inédit : le blog boutique. Plate-forme à l'ergonomie intuitive, combinant blog et site marchand, cet OVNI vient d'apparaître dans le paysage français. L'idée, exploitée par la jeune société 42stores, fait mouche. Depuis juillet 2008, 2 500 comptes ouverts et déjà plusieurs centaines de boutiques (6 à 10 par jour) opérationnelles, des utilisateurs dithyrambiques avec de jolis succès commerciaux à la clé.

Galerie photo, paiement Paypal ou CB, c'est vous qui choisissez, tout comme le look de votre site très facilement personnalisable. On peut se lancer tout seul grâce aux conseils prodigués par le site ou choisir de se faire accompagner pendant 4 ou 6 mois (comptez 300 euros par mois pour une session d'une heure hebdomadaire). Une fois votre boutique lancée, 42stores se rémunère sur vos ventes (3 % du CA).

Les sites annuaires. Une autre solution peu coûteuse est d'utiliser les services d'une plate-forme annuaire type *pagesmode.com* ou encore l'annuaire international *Rocknstore* (avec son offre de centre commercial en ligne). Magazines, marques de créateurs, boutiques de prêt-à-porter, boutiques en ligne, showrooms virtuels : un outil complet pour optimiser sa présence Internet et le travail de veille. Sans oublier les pages jaunes, toujours une référence, au moins pour les plus de 40 ans, et Google qui, opportunément, commence à référencer les boutiques et donne la possibilité d'ajouter des commen-

taires. À titre d'exemple, taper les mots-clés : *kaktus lyon* directement sur le moteur de recherche.

Plus coûteux mais efficaces

Les sites vitrines. Nécessitant un investissement relativement important (5 à 10 000 euros pour un site professionnel), ce type de site peut se révéler « une usine à gaz ». Il faut bien choisir son développeur Web, travailler en amont à toute l'architecture du site, penser au référencement en utilisant les mots-clés les plus pertinents : ne pas hésiter à utiliser des synonymes ou les noms des marques diffusées. C'est le passage obligé des créateurs pour exister sur la Toile. Beaucoup de boutiques tentent aussi l'aventure avant de se lancer dans le e-commerce. À ce stade, on doit déjà s'entourer de prestataires professionnels car comme son nom l'indique, il s'agit d'un site vitrine. Donc cette vitrine doit être au moins aussi visible que celle qui existe déjà dans votre boutique et surtout en adéquation parfaite avec son image. ►