

AOC
C O N S E I L S

Les clés pour vendre son vin sur internet

SOMMAIRE



Page 3 >

Quelques chiffres

Page 4 >

Les options possibles

Page 4 >

Je gère tout !

Page 6 >

Les plateformes de vente

Page 7 >

Les sites de vente en ligne

Page 8 >

La fiche produit idéale

Page 9 >

Quels prix ?

Page 10 >

Facteurs de réussite

Page 11 >

Facteurs d'échec

Page 12 >

Contact



QUELQUES CHIFFRES



La vente de vin sur internet date déjà de plus de **20 ans** !



Selon les études, les ventes de vin sur internet représentent de **9 à 11%** du vin vendu en France en valeur



Moins de 10% des vignerons ont leur boutique en ligne



35% des 18-35 ans ont déjà acheté du vin sur internet





LES OPTIONS POSSIBLES



Je gère tout !

Je crée ma boutique sur mon propre site internet

+++ Contrôle des prix

👁️ Visibilité

🕒🕒🕒 Temps nécessaire

€€€ Investissement



Je ne gère que l'expédition et la facturation

J'utilise une plateforme de vente en ligne

+++ Contrôle des prix

👁️👁️👁️ Visibilité

🕒🕒 Temps nécessaire

€ Investissement



Je délègue tout

Je vends mes vins à un site de vente en ligne

+ Contrôle des prix

👁️👁️👁️ Visibilité

🕒 Temps nécessaire

€ Investissement

JE GÈRE TOUT! >

Les bonnes pratiques



Technique

- Sélectionnez un prestataire fiable et réactif
- Demandez un outil de gestion de contenu (CMS) performant et reconnu (de type woocommerce)
- Plus vos pages seront rapides à charger, meilleur sera votre référencement !
- Mettez en évidence les logos pour les moyens de paiement sécurisés
- Limitez le nombre de clics jusqu'à la validation de la commande
- Mettez bien en évidence les boutons incitant à l'action ("acheter", "commander", "valider", etc.)



Contenus

- Renseignez bien vos fiches produits
- Mettez des visuels bouteilles grands et qualitatifs
- Proposez des produits complémentaires pour augmenter le panier moyen
- Mettez sur toutes les pages les liens vers vos pages réseaux sociaux
- Créez des pages pour les mentions légales, CGU (Conditions Générales d'Utilisation) et CGV (Conditions Générales de Vente)

LES PLATEFORMES DE VENTE EN LIGNE

Elles sont une "vitrine" pour les vins du vigneron. Ce dernier crée un compte, met ses vins en catalogue et se charge de l'expédition et de la facturation. Une commission est prélevée sur les ventes et parfois le vigneron paie un abonnement à la plateforme pour des services additionnels.



Places de marché généralistes

Leaders : Amazon, CDiscount

Avantages

Nombre de visiteurs
Tarifs et délais de livraison concurrentiels



Inconvénients

Quantité de produits en catalogue



Applications mobiles

Exemples : Vivino, Wine Searcher, Twil

Avantages

Facilité et rapidité d'utilisation, avis des consommateurs



Inconvénients

Encore peu utilisées pour l'achat de vin



Plateformes spécialisées

Exemples : Les Grappes, Plugwine, Avenue des Vins

Avantages

Large palette de services



Inconvénients

Commissions et frais importants pour le vigneron





Les sites de vente en ligne

Le vigneron vend sa marchandise comme dans une négociation classique. Le site se charge ensuite de tout le reste : mise en catalogue, politique tarifaire et promotionnelle, expédition et facturation au client.

Pure Players

Exemples : Vinatis, Wineandco, Vin Malin, Millesima

Grande distribution

Exemples : Carrefour, Lidl, Système U, E. Leclerc, Casino

Ventes Privées

Exemples : Veepee, Ventealapropriété, 1jour1vin, Bazarchic

Box et sites d'abonnement

Exemples : Le Petit Ballon, Chais d'œuvre, Troisfoisvin

Cavistes

Exemples : Lavinia, La Vinothèque, Inter Caves, Nicolas

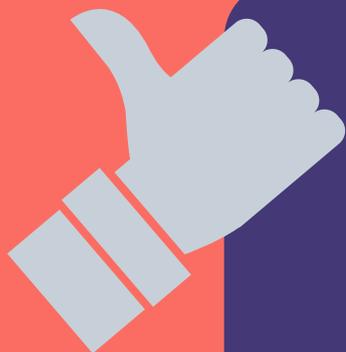


Le leader toutes catégories est **Veepee** :

- 50 millions d'€ de chiffre d'affaire en Europe
- 4,4 millions de bouteilles livrées en 2019



LA FICHE PRODUIT IDÉALE...



Nom de la cuvée

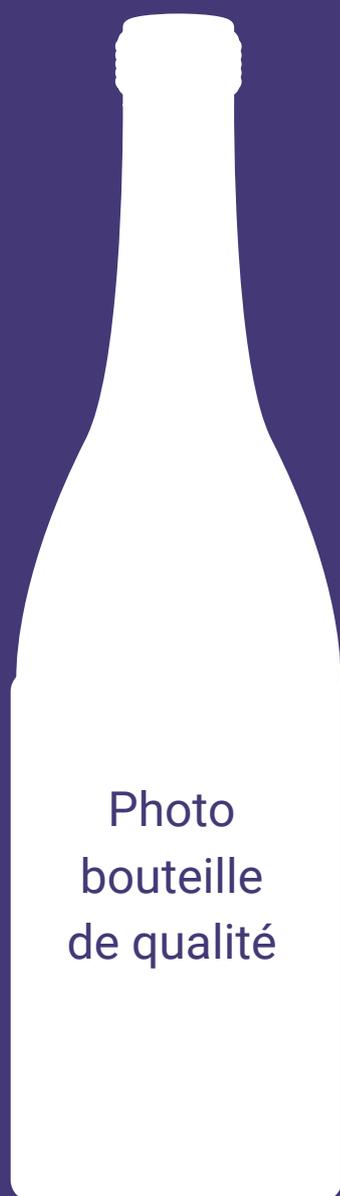


Photo
bouteille
de qualité

- Description courte de la cuvée
- Appellation
- Millésime
- Terroir
- Vinification et élevage
- Notes de dégustation
- Accords mets et vins
- Température de service
- Potentiel de garde
- Certifications (Bio, HVE, biodynamie, etc.)

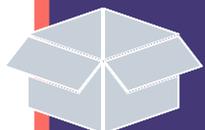
OPTIONNEL :

- *Analyses chimiques (acidité, degré, sucres résiduels, etc.)*
- *Nombre de bouteilles produites*
- *Traduction en d'autres langues*

Quels prix ?

Mon prix de vente au caveau

+



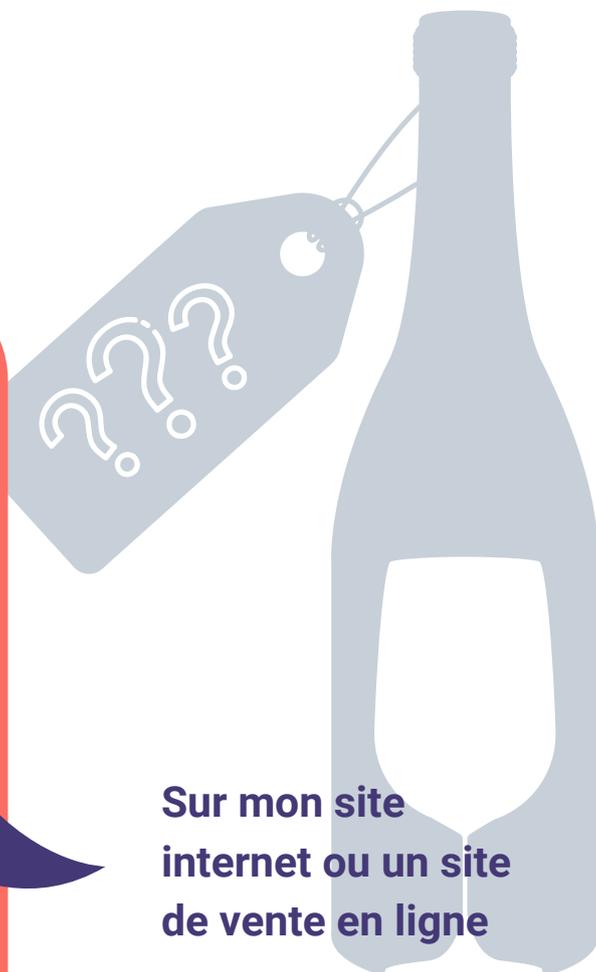
Frais de livraison

- Forfait de 0 à 39€ € selon les sites
- Possibilité d'imposer la commande au carton pour faciliter la logistique
- Proposer la gratuité à partir d'un certain montant et dans le cadre d'offres spéciales

+

Majoration éventuelle (10 à 20%)

Pour prendre en compte les commissions et éventuels abonnements ou frais supplémentaires



Sur mon site internet ou un site de vente en ligne

Sur une plateforme



Exemple : Cuvée AOC Conseils

Sur mon site internet
www.monsite.fr



par bouteille

Commande par carton de 6

+ 29 € de frais de livraison

Gratuit à partir de 290 € d'achat

Sur une plateforme externe
www.lesvinstintouin.com

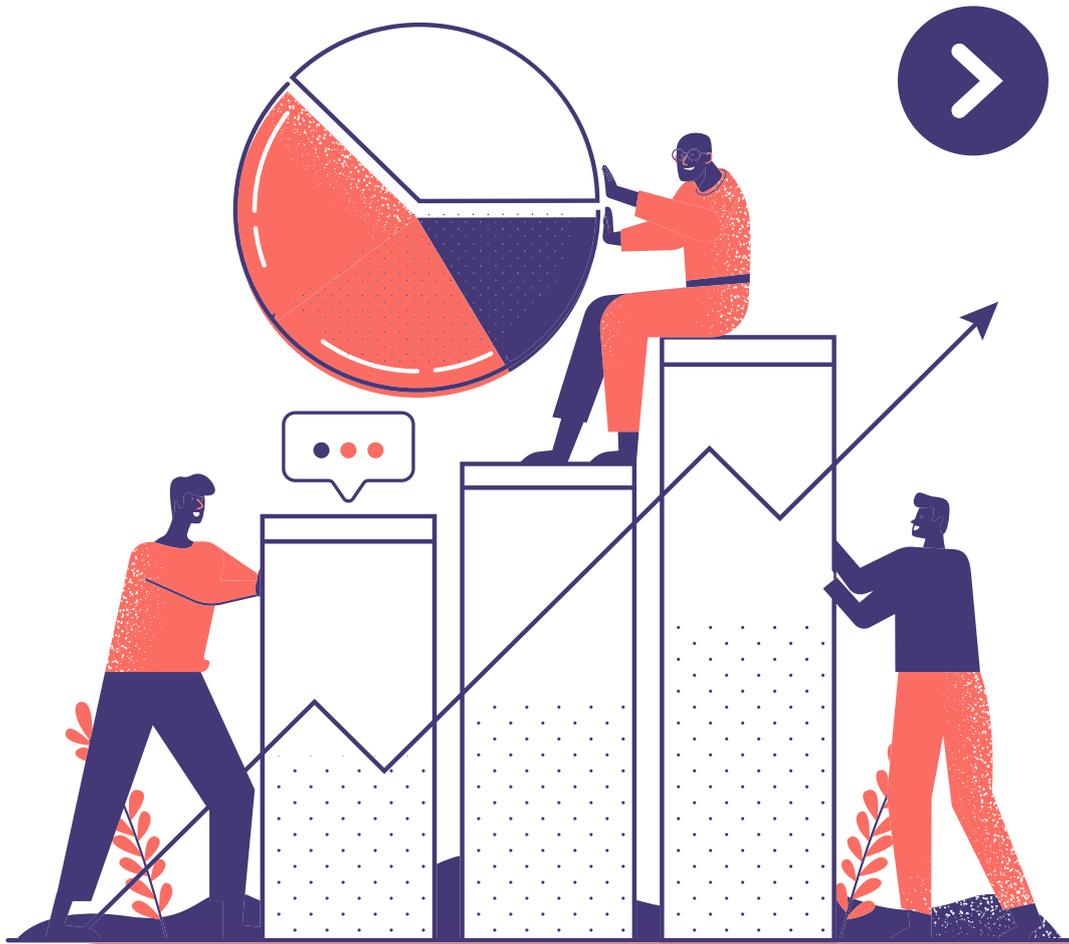


par bouteille

+ 12 € de frais de livraison

Internet, c'est le règne de la **transparence des prix absolue** ! Plus qu'ailleurs, il faut avoir une **grille tarifaire parfaitement cohérente** pour ne pas mettre en péril ses autres canaux de distribution





FACTEURS DE RÉUSSITE

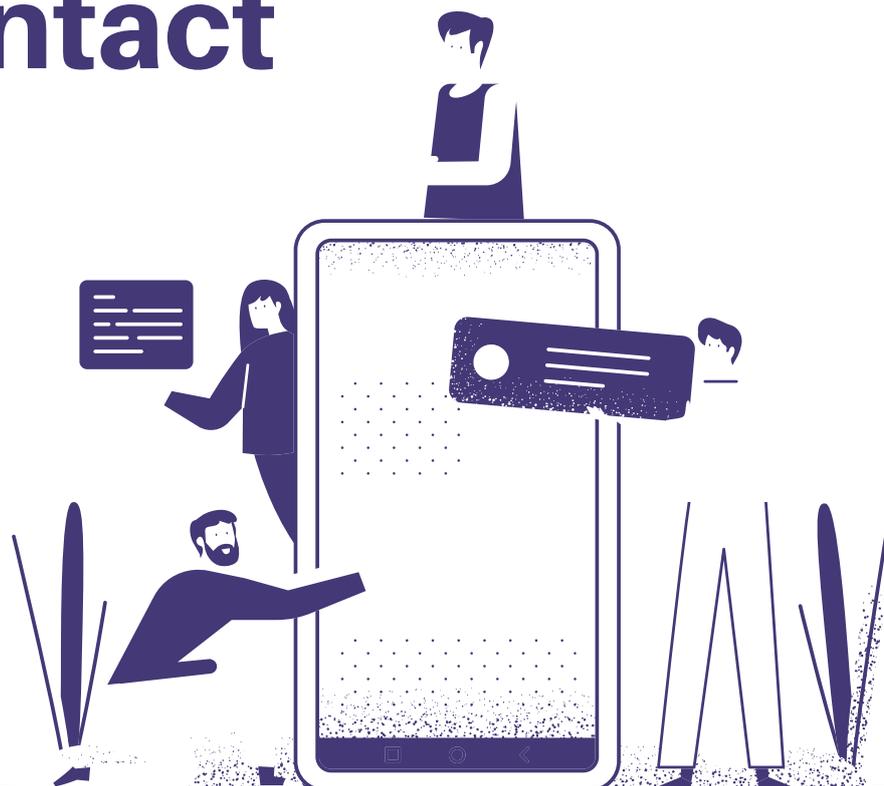
- Respecter les standards et des codes en matière d'**ergonomie**
- Proposer un **catalogue complet**
- **Rassurer** les clients (paiement sécurisé)
- Parvenir à **fidéliser** (mailings, opérations VIP, etc.)
- Etre **patient** : comme ailleurs, se créer une base de clients et une notoriété prend du temps sur internet
- Que le site partenaire s'engage à **respecter les prix de vente conseillés** et les **pays de livraison**



Facteurs d'échec

- > Croire que le produit va se vendre tout seul
- > Avoir une grille tarifaire incohérente
- > Avoir des frais de livraison trop élevés
- > Avoir un prestataire web “bricoleur”
- > Ne pas servir sa clientèle de façon optimale (délais de livraison trop longs)
- > Difficulté à monter en puissance pour atteindre une taille critique

Contact



Marion Barral

E-mail : marion.barral@aac-conseils.com

Tél : 07 68 73 34 83

Experte en : Communication, digitalisation, export

Dans une autre vie : Fille de vigneron dans le Languedoc, Marion Barral est ingénieur agronome AgroParisTech (2005) et titulaire d'un Mastère spécialisé en multimédia TelecomParisTech (2007). Elle a débuté sa carrière dans le conseil en communication pour le secteur agro-alimentaire puis a travaillé plus de 10 ans dans la commercialisation export des vins, au Royaume-Uni puis en vallée du Rhône. Elle est par ailleurs titulaire du WSET niveau 4 (2019) et parle couramment anglais, allemand et portugais. Elle rejoint aujourd'hui AAC Conseils en tant que consultante en commerce international et communication digitale.

Nos publications



Ils nous font confiance...





C O N S E I L S
Accompagner - Orienter - Construire

