

E-commerce

Les processus essentiels à structurer pour piloter cette activité au quotidien.

12 processus à parcourir

01 Définir et piloter le cap de l'activité

Chaque trimestre

- ☐ Choisir les priorités de croissance : catégories rentables, réachat, base clients propriétaire, canaux maîtrisés et promesse de livraison tenable
- ☐ Fixer des objectifs de volume, chiffre d'affaires, marge, réachat et qualité de service
- ☐ Comparer la demande visée au catalogue, à la capacité opérationnelle et à la trésorerie
- ☐ Comparer chaque mois objectifs, trafic, activation, transactions, marge et rétention

02 Attirer du trafic qualifié

Chaque semaine

- ☐ Construire l'acquisition avec : recherche, contenu, réseaux sociaux, e-mail, publicité, audiences, budget, page produit et mesure de la marge
- ☐ Vérifier que la promesse publicitaire correspond à l'offre réellement accessible
- ☐ Relier l'activation à une preuve : source, campagne, consentement applicable, visite, ajout au panier, commande, revenu et marge
- ☐ Comparer chaque semaine dépenses, visites qualifiées, activations, transactions et marge

03 Convertir les visiteurs

Chaque semaine

- ☐ Créer un parcours d'achat avec offre, panier, identification, livraison, paiement et confirmation
- ☐ Afficher avant paiement prix total, disponibilité, délai, livraison, retours et coordonnées du vendeur
- ☐ Vérifier sur mobile la compréhension des variantes, quantités, frais et bouton de commande
- ☐ Envoyer après paiement une confirmation avec récapitulatif, référence et prochaine étape

04 Maintenir le catalogue et la boutique en ligne

Chaque jour

- ☐ Structurer chaque offre avec : SKU, variante, caractéristiques, prix TTC, stock, délai, livraison, retours, visuels et source fournisseur
 - ☐ Contrôler avant publication : caractéristiques essentielles, prix total, disponibilité, délai, restriction, conformité, garantie et cohérence des visuels
 - ☐ Contrôler prix total, stock ou capacité, délai, livraison et conditions de retour avant publication
 - ☐ Relire visuels et promesses pour retirer toute information non démontrable
-

05 Préparer commandes et expéditions

Chaque jour

- ☐ Piloter les opérations avec : commande payée, stock réservé, prélèvement, contrôle, emballage, étiquette, transporteur, suivi et preuve d'expédition
 - ☐ Contrôler les prérequis avant de confirmer l'opération au client
 - ☐ Conserver comme preuve : commande, SKU et quantité scannés, opérateur, colis, poids, étiquette, heure de remise, transporteur et suivi
 - ☐ Informer rapidement les parties lorsqu'un délai, un prix ou un résultat change
-

06 Gérer retours, support et litiges

À chaque dossier

- ☐ Traiter les retours et incidents avec : motif, droit applicable, autorisation, étiquette, réception, contrôle, remise en stock, remboursement et information client
 - ☐ Distinguer annulation, rétractation applicable, non-conformité, dommage et geste commercial
 - ☐ Donner une consigne écrite sur envoi, collecte, preuve, délai et prise en charge des frais
 - ☐ Déclencher le mouvement financier uniquement à partir du statut et de la décision vérifiés
-

07 Traiter un retour ou une réclamation client

À chaque demande

- ☐ Constituer le dossier avec : commande, produit, client, paiement, CGV acceptées, suivi transporteur, échanges, photos utiles, retour et remboursement
 - ☐ Accuser réception et sécuriser immédiatement le paiement, la livraison ou l'offre si nécessaire
 - ☐ Comparer offre, commande, paiement, messages, suivi, preuves et règles applicables
 - ☐ Répondre avec faits établis, responsabilité, action, délai et interlocuteur
-

08 Planifier et régler les échéances

Chaque semaine

- ☐ Créer un échéancier avec fournisseur, période, pièce, montant, validation et date de paiement
 - ☐ Comparer facture, commande, service rendu, transaction concernée et conditions convenues
 - ☐ Faire valider l'écart ou l'avoir avant paiement
 - ☐ Revoir chaque semaine échéances, doublons, litiges, avoirs et trésorerie disponible
-

09 Suivre ventes, panier et marge

Chaque mois

- ☐ Créer un compte de marge par offre et canal avec revenus, coûts variables et coûts d'acquisition
 - ☐ Affecter précisément les risques de marge : achat produit, emballage, préparation, transport, paiement, publicité, remise, retour, casse, support et fraude
 - ☐ Calculer la marge contributive après paiement, opération, support, retour et acquisition
 - ☐ Comparer chaque mois volume, panier, marge, remboursement et coût d'acquisition
-

10 Organiser support et exécution

Chaque semaine

- ☐ Créer une fiche de passation avec files d'attente, priorités, accès, seuils et contacts
 - ☐ Prévoir le remplacement sur : support, boutique, stock, commandes urgentes, transporteurs, paiement, remboursements, campagnes et seuils de décision
 - ☐ Transmettre les dossiers sensibles avec faits, pièces, décision attendue et prochaine action
 - ☐ Renforcer l'équipe avant campagne, pic saisonnier, lancement ou incident majeur
-

11 Arbitrer et valider l'exécution sans blocage

Chaque mois

- ☐ Déléguer explicitement : remboursement sous plafond, remplacement, geste client, suspension d'une fiche, arrêt de campagne et escalade fraude
 - ☐ Classer l'arbitrage selon client touché, obligation, fraude, impact financier et urgence
 - ☐ Appliquer la mesure conservatoire autorisée puis informer les personnes concernées
 - ☐ Escalader immédiatement fraude importante, donnée exposée, produit dangereux ou fonds inexpliqués
-

12 Centraliser et sécuriser les accès essentiels

Chaque mois

- ☐ Tenir à jour les obligations et accès : boutique, domaine, paiement, mentions légales, CGV, prix, livraison, rétractation applicable, garanties, cookies, données et habilitations
 - ☐ Attribuer un droit individuel limité à la mission réellement exercée
 - ☐ Retirer ou réattribuer les droits dès un départ ou un changement de rôle
 - ☐ Tester les accès et risques critiques : administration de la boutique, nom de domaine, paiement, stock, transporteurs, analytics, publicité, e-mail et sauvegardes
-