



Développer son activité e-commerce grâce aux Marketplaces

Présentation, Comparatif et Checklist



Etsy

ebay

Comparatif des principales Marketplaces
accompagné d'une checklist pour optimiser ses ventes

sendcloud.fr

81 % de croissance en un an pour les Marketplaces

Une Marketplace, que l'on peut également appeler place de marché ou encore marché en ligne, est un site e-commerce multi vendeurs. À l'image d'un marché, c'est un lieu qui rassemble plusieurs vendeurs ou boutiques, à la différence qu'il est en ligne. Les vendeurs peuvent être aussi bien des professionnels que des particuliers, et profitent des avantages offerts par la plateforme choisie : popularité, fonctionnalités, visibilité et bien d'autres facteurs.

Les e-acheteurs apprécient particulièrement se rendre sur les Marketplaces puisqu'ils bénéficient d'un choix important de produits à des prix généralement attractifs, résultat du jeu de la concurrence entre les différents vendeurs. En proposant leurs produits sur une Marketplace, les e-commerçants s'assurent d'une sécurité pour les paiements tout en pouvant toucher un très grand nombre de consommateurs.

Selon LSA, reprenant les chiffres de l'étude Enterprise Marketplace Index de Mirakl, le secteur des places de marché est en pleine expansion et est promis à un bel avenir. Le volume d'affaires des Marketplaces a augmenté de 81 % en seulement un an, entre fin 2019 et fin 2020. Il est vrai que sur la même période, le secteur du e-commerce en général a enregistré une forte croissance (40 %), mais les Marketplaces croissent deux fois plus vite. Par ailleurs, le [tour d'horizon de la livraison e-commerce](#), étude de consommation menée par Sendcloud révèle que désormais, [90 % des e-consommateurs](#) achètent leurs produits sur Marketplaces.

Ces chiffres démontrent que le secteur se porte bien. En effet, plus il y a d'e-commerçants et de produits disponibles, et plus les ventes sont importantes. Bien loin de la saturation du marché, on observe ici un phénomène de concurrence positive. Sachant que l'offre des Marketplaces est de plus en plus fournie, les e-acheteurs s'y tournent plus volontiers, ce qui augmente les ventes moyennes de l'ensemble des e-commerçants.

Intéressons-nous à quatre Marketplaces emblématiques, toutes présentes sur le marché français : [Amazon](#), [Cdiscount](#), [Ebay](#) et [Etsy](#).

Vendre sur amazon

☰ Chiffres

- ▶ 300 millions de produits
- ▶ 30 millions de visiteurs uniques par mois en France (soit quasi la moitié du pays)
- ▶ Chiffre d'affaires de 108,5 milliards de dollars pour le premier semestre 2021

🏠 La Marketplace leader en France et dans le monde

Sans surprise, le géant de l'e-commerce est également la Marketplace leader en France. Avec plus de vingt ans d'existence sur le marché français, Amazon allie l'expérience et le savoir-faire à sa réputation qui n'est plus à faire. L'entreprise dispose de centres logistiques sur le territoire français.

Seulement sur le premier trimestre de l'année 2021, Amazon a réalisé un chiffre d'affaires de 108,5 milliards de dollars (sur le marché global), soit une hausse de 44 % par rapport à l'année dernière. Autant dire que l'entreprise se porte bien et est à l'abri de tout aléa. Environ la moitié des ventes réalisées est générée par les vendeurs tiers, ils sont donc appréciés de l'entreprise et choyés.

Les pages Amazon sont généralement bien référencées par les moteurs de recherche. Les e-commerçants qui suivent à la lettre les règles de référencement (titres, mots-clés, caractéristiques et description du produit), peuvent profiter d'une stratégie SEO payante.

Ensuite, les options de tri proposées par la plateforme permettent de facilement trouver les articles, facilitant ainsi la vie des e-acheteurs pour les inciter à acheter. Les articles peuvent être classés selon différents critères : « Amazon présente », « Évaluation moyenne des clients », « Dernières nouveautés », « Prix : par ordre croissant » ou encore « Prix : par ordre décroissant ».

☰ Caractéristiques

- ✔ Marketplace générale qui propose un très vaste choix de produits
- ✔ Entreprise d'envergure internationale
- ✔ Possibilité pour les e-commerçants de proposer leurs produits en Prime en faisant partie du programme FBA
- ✔ Présent sur de nombreux marchés
- ✔ Plan de vente à 39 € par mois pour les professionnels, auquel s'ajoute une commission variable
- ✔ Commission qui varie de 7 à 46 % selon la catégorie de produits

Vendre sur

Cdiscount

☰ Chiffres

- ▶ Deuxième Marketplace en France avec plus de 20 millions de visiteurs mensuels
- ▶ Chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros en 2020
- ▶ 9 millions de clients actifs
- ▶ 100 millions de produits référencés



La Marketplace

100 % française

Le site e-commerce de Cdiscount a été créé en 1998 et est, pour le marché français, un concurrent sérieux au géant américain Amazon. L'entreprise est détenue par le groupe Casino depuis 2000, profitant d'un appui solide.

Cette entreprise 100 % française a son siège à Bordeaux et dispose de nombreux entrepôts en Gironde.

Cdiscount se porte très bien et n'arrête pas sa croissance. Le chiffre d'affaires de l'entreprise est de plus de 2 milliards d'euros et la Marketplace touche beaucoup de monde avec une offre de plus de 100 millions de produits, répartis en différentes catégories.

La plateforme ne cesse de se développer et d'ajouter de nouveaux articles à son catalogue, proposant même depuis peu des voitures d'occasion.

À l'instar d'Amazon, Cdiscount propose un abonnement premium pour ses clients fidèles, qui disposent de la livraison express, gratuite et illimitée pour chaque commande d'un minimum de 10 €. Particularité de l'entreprise, cette offre, appelée « Cdiscount à volonté », est partageable avec des proches pour qu'ils profitent également de l'offre de livraison.



Caractéristiques

- ✔ Place de marché française
- ✔ Marketplace générale avec un catalogue important de produits
- ✔ 15 grandes familles de produits (électroménager, animalerie, literie, mode)
- ✔ Abonnement mensuel de 39,99 € pour les professionnels, auquel s'ajoute une commission variable
- ✔ Commission variable selon la catégorie de produits, mais qui se situe généralement autour des 15 %

Vendre sur



Chiffres

- ▶ 11 millions de visiteurs par mois rien que pour Ebay France
- ▶ 5 millions de clients actifs en France
- ▶ Présent dans 190 pays
- ▶ 1,2 milliard de produits sur l'ensemble de ses sites dans le monde



La Marketplace leader en France et dans le monde

Autre géant américain, Ebay propose des millions d'articles neufs ou d'occasion sur son site de vente en ligne. L'entreprise basée dans la Silicon Valley a été créée en 1995, il s'agit donc de l'une des plus anciennes Marketplaces.

Ebay est l'archétype du pure player puisque l'entreprise ne dispose d'aucun magasin en physique.

Ebay se considère comme le partenaire de confiance des vendeurs, voulant leur faire gagner de l'argent en toute sécurité et participer à leur succès. Le nombre de produits disponibles sur les pages d'Ebay est colossal, le milliard est d'ailleurs largement dépassé si l'on considère l'ensemble des pays où la plateforme existe.

La plateforme, partenaire du succès de ses clients, a mis en place un hub vendeur qui permet à tous les vendeurs d'avoir accès à des données sur leurs ventes et à des outils marketing, promotionnels et de gestion.

Ebay a également mis en place un partenariat avec Webinterpret afin que les vendeurs puissent aisément traduire leurs pages en anglais, allemand, espagnol et italien. Ebay propose différentes formules pour les vendeurs, allant de 19,50 € à 149,50 € par mois.

Avec chacune des formules, le vendeur dispose de plus ou moins d'annonces (fixes et enchères). La Boutique Basique permet de publier 300 annonces par mois, 10 000 avec la Boutique À la Une et sans limites avec la formule Premium.

Caractéristiques

- ✔ Marketplace générale proposant des produits neufs et d'occasion
- ✔ Prix fixes ou système d'enchères
- ✔ Les abonnements mensuels vont de 19,50 € à 149,50 € par mois, auxquels s'ajoute la commission
- ✔ Commission qui varie de 3 à 12 % selon la catégorie de produits

Vendre sur Etsy

☰ Chiffres

- ▶ 4,36 millions de vendeurs actifs
- ▶ 81,9 millions d'acheteurs actifs
- ▶ En 2020, plus de 61 millions d'acheteurs sont arrivés ou revenus sur Etsy
- ▶ Les ventes internationales ont grimpé de 145 % par rapport à 2020



La Marketplace dont 88% des vendeurs sont des femmes

Alittlemarket, initiative française, a d'abord vu le jour en 2008. La plateforme s'orientait déjà vers les artisans créateurs, avec une préférence particulière donnée à tous les produits fabriqués en France. La place de marché franco-française s'est rapidement développée pour atteindre quelques années plus tard les 800 000 membres et être rachetée par Etsy en 2014.

La plateforme, devenue fer de lance des objets artisanaux, se rémunère grâce aux frais de mise en vente, plus une commission sur chaque transaction.

Malgré son entrée en Bourse en 2015, la plateforme est toujours appréciée des artisans qui forment autour d'Etsy une communauté où ils échangent idées et inspirations, voire envisagent des projets communs.

Suivant une volonté de sortir du cadre de l'e-commerce standard, Etsy organise des événements Made in France pour permettre au public de rencontrer les artisans.

La première édition avait attiré 10 000 visiteurs venus admirer le travail de 250 artisans répartis dans 9 villes de l'hexagone. L'année suivante, l'événement doublait de taille.

À noter également que les Galeries Lafayette de Paris réservent régulièrement quelques rayons à une sélection de créations provenant de la plateforme.



Caractéristiques

- ✔ Marketplace de niche, verticale
- ✔ Communauté spécialisée d'artisans créateurs
- ✔ Des articles majoritairement fait à la main
- ✔ Frais de mise en vente de 0,17 €
- ✔ Commission d'environ 5 % sur chaque transaction

Vendre sur Marketplaces avec



Connectez votre activité e-commerce à de nombreux transporteurs

Sendcloud vous permet de connecter votre activité à plus de 30 transporteurs locaux et internationaux et de proposer la meilleure offre de livraison possible. Proposer des méthodes de livraison variées est essentiel pour satisfaire les e-consommateurs. Flexibilité, coût, délai, service... chaque e-acheteur a ses préférences et elles importent au moment de la décision d'achat. Ne perdez donc pas de clients potentiels et tâchez de les satisfaire tous.

La plateforme d'expédition tout-en-un des e-commerçants

Votre plateforme d'expédition préférée met à votre disposition des fonctionnalités très utiles et efficaces si vous vendez sur les places de marché. Les quatre Marketplaces évoquées précédemment, [Amazon](#), [Cdiscount](#), [Ebay](#) et [Etsy](#), s'intègrent à la plateforme Sendcloud pour plus de praticité.

En plus de synchroniser les commandes de vos différentes boutiques en ligne sur une même plateforme, ajoutez celles des Marketplaces sur lesquelles vous êtes présent. Gérez l'ensemble de la logistique de votre activité e-commerce depuis une plateforme unique. Découvrons ces fonctionnalités qui facilitent la vie des e-commerçants.

L'offre de livraison Sendcloud vous permet également de développer votre activité à l'international. Pénétrez de nouveaux marchés sans avoir à vous soucier de la logistique, connectez tout simplement votre e-commerce à de nombreux transporteurs en seulement quelques clics.



Les règles d'expédition intelligentes de Sendcloud

L'une des fonctionnalités phare de Sendcloud est ses règles intelligentes d'expédition. Ces dernières vous permettent d'économiser du temps en automatisant une partie de votre logistique selon des critères que vous aurez définis au préalable. En mettant en place des règles d'expédition, vous accélérez vos envois et réduisez drastiquement le risque d'erreur.

Si l'une de ces conditions est vraie:

Si est

Alors €1000

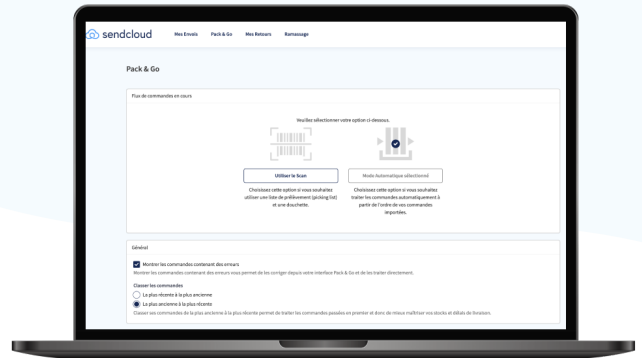
Lorsqu'une commande remplit une certaine condition, l'action qui lui a été spécifiée est mise en place automatiquement, telle que la méthode de livraison adéquate.

Le Pack & Go

La solution de préparation de commande Pack & Go vous permet de gagner du temps sur le picking, que vous utilisiez un scanner ou non, en fonction de la taille et des besoins de votre entreprise.



Profitez d'un processus de préparation de commande adapté : imprimez, générez des listes de prélèvement et des bons de livraison pour encore une fois gagner un temps précieux, et disposez d'un récapitulatif précis des produits se trouvant dans vos commandes.



Avec le Pack & Go, 40 % de nos clients arrivent à expédier une commande dans les 24 heures qui suivent sa réception.

En bonus chez Etsy : Notifications personnalisées

Si vous vendez sur la Marketplace Etsy, vous pouvez notifier automatiquement vos clients et les informer en temps réel de l'état de leur livraison. Sendcloud vous permet d'envoyer des notifications en plusieurs langues, et surtout... de les personnaliser.



Terminés les e-mails et pages de suivi fades des transporteurs. Prenez ces notifications en main en les personnalisant à l'image de votre marque et disposez ainsi d'un puissant outil marketing.

L'API sendcloud pour les customs Marketplaces



☀ Intégration Marketplace centralisée

Cette intégration est conçue pour les Marketplaces qui souhaitent utiliser Sendcloud avec un processus de commande centralisé. L'ensemble des vendeurs de la Marketplace disposent du même portail Sendcloud.

Dans ce cas de figure, une seule intégration à Sendcloud est nécessaire pour la place de marché dans sa totalité. La Marketplace utilise son propre compte Sendcloud et garde la main mise sur les options de livraison et la création des étiquettes.

Le vendeur demande une étiquette d'expédition à la Marketplace, qui ensuite l'obtient de Sendcloud et la fait suivre au vendeur, pour que ce dernier l'utilise pour l'envoi de son colis.



Ce système d'intégration centralisé permet à la Marketplace de garder le contrôle sur les commandes. Cette dernière est propriétaire du compte Sendcloud utilisé, elle a donc vue sur l'ensemble des commandes passées et c'est elle qui est facturée par Sendcloud. Autre avantage pour la Marketplace, elle peut utiliser son branding sur l'ensemble des étiquettes et ainsi promouvoir son image de marque.

Notre API est destinée aux e-commerçants qui développent un projet de place de marché sur mesure et qui désirent profiter de l'ensemble des fonctionnalités de la plateforme d'expédition Sendcloud.

☰ Caractéristiques

- ✔ Plus de 35 intégrations transporteurs
- ✔ Possibilité de proposer un maximum d'options de livraison
- ✔ Création d'étiquettes automatisée
- ✔ Pages de suivi et mails de suivi personnalisés
- ✔ Processus de retour simplifié et personnalisé

Les vendeurs peuvent alors automatiser leur processus d'expédition et gagner en efficacité, augmentant de manière considérable leur taux de conversion.

Il existe trois façons d'intégrer l'interface de programmation Sendcloud Marketplaces: intégration centralisée, intégration décentralisée et intégration hybride.

Intégration Marketplace décentralisée

Cette intégration est pensée pour les Marketplaces qui veulent utiliser Sendcloud et ont en place un système de commande décentralisé. Chaque vendeur dispose de son propre portail Sendcloud.

Ici, une intégration par vendeur doit être configurée. Chaque vendeur utilise son compte Sendcloud et garde donc le contrôle sur ses étiquettes. Avec cette configuration, plus de liberté et de personnalisation sont offertes au vendeur.

La Marketplace transmet la commande directement à Sendcloud. Ensuite, le vendeur utilise son propre portail Sendcloud pour traiter sa commande.

Avec cette intégration, la Marketplace n'a pas le contrôle sur l'expédition des commandes.

À l'inverse du cas de figure précédent, le vendeur est facturé par Sendcloud pour son propre compte.

Les vendeurs peuvent personnaliser les étiquettes d'expédition pour faire leur branding et choisissent les méthodes de livraison qu'ils désirent proposer à leurs clients.



Intégration Marketplace Hybride

Cette intégration convient aux Marketplaces dont le processus de commande est à la fois centralisé et décentralisé, en gardant un accès aux fonctionnalités de Sendcloud.

L'intégration hybride permet à une Marketplace de proposer les deux configurations. Pour la place de marché, il s'agit d'offrir de la flexibilité à ses vendeurs, tout en gardant un contrôle partiel sur les commandes et les expéditions.

Pour le vendeur, s'il dispose de son propre compte Sendcloud, il peut s'occuper de ses commandes de manière indépendante et gérer lui-même ses étiquettes d'expédition et ses envois de colis. Pour les autres vendeurs, ils ont la possibilité de tout simplement profiter du compte Sendcloud de la Marketplace et des fonctionnalités qui vont avec.

```
#!/bin/env python3
import requests
import argparse
import json

def create_parcel(public_key, secret_key, partner_id=None):
    # Example data for a minimal implementation.
    # Notice that you only need little information
    # to get started to be able to process a shipment
    # with the SendCloud platform.

    data = {
        "parcel": {
            "name": "John Doe",
            "company_name": "SendCloud",
            "address": "Stadhuisplein",
            "postal_code": "5611EM",
            "house_number": "10",
            "city": "Eindhoven",
            "country": "NL",
            "telephone": "+31612345678",
            "email": "john.doe@example.com",
            "weight": "10.000",
```



Consultez les explications de configuration pour ces différentes intégrations de l'interface de programmation Sendcloud pour les custom Marketplaces



Checklist : 14 conseils pour optimiser ses ventes sur Marketplaces

En amont

- ☑ **Définir l'intérêt pour votre activité e-commerce**
Avant d'intégrer une Marketplace, réfléchissez à l'intérêt que cela apporte à votre activité e-commerce. Définissez des objectifs. Désirez-vous simplement augmenter vos ventes ? Toucher plus de clients ? Mettre en avant un produit en particulier ?
- ☑ **Sélectionner la ou les Marketplaces**
Selon ce que vous avez défini précédemment, sélectionnez la ou les Marketplaces qui correspondent le mieux à vos critères et répondent à vos besoins. Devez-vous vendre sur une place de marché généraliste ou plutôt sur une plateforme verticale telle Etsy, qui dispose d'une communauté de spécialistes ?
- ☑ **Estimer les ressources supplémentaires requises**
Mettre ses produits sur une Marketplace demande forcément du temps. D'autres ressources peuvent être à prévoir, comme des emballages supplémentaires ou qui répondent à des règles spécifiques. Planifiez le tout à l'avance afin d'éviter tout stress et tout problème.

Mise en place

- ☑ **Créer un compte sur la place de marché**
Une fois que vous avez choisi la (ou les) Marketplace à intégrer, la première chose à faire est de se créer un compte vendeur. Suivez bien les conseils donnés lors de l'inscription, ils vous aideront par la suite.
- ☑ **Sélectionner les produits à vendre**
Désirez-vous vendre l'ensemble de vos produits ou seulement une sélection ? En fonction de la place de marché choisie, une sélection parmi vos produits peut être envisagée. Inutile d'inonder une Marketplace avec des centaines de produits si vous perdez en visibilité et n'en vendez que très peu.
- ☑ **Définir le prix des produits**
Définissez le prix de vente de vos produits. N'oubliez pas de calculer la commission et les éventuels frais de mise en vente. Aussi, analysez les tarifs pratiqués par la concurrence sur la Marketplace pour le même type de produit. Si vous n'êtes pas concurrentiel sur une place de marché, il est peu probable que les e-consommateurs choisissent vos produits.

Optimisation des ventes

- ☑ **Réaliser des fiches produit détaillées**
Sur une Marketplace, la concurrence est souvent rude du fait du grand nombre de produits disponibles. Cela veut dire que les e-acheteurs comparent l'offre proposée. Réalisez des fiches produit le plus détaillé possible afin de faire pencher la balance en faveur de vos produits. Le client veut être sûr de ce qu'il achète.



☑ **Utiliser des visuels attrayants**

Dans le même état d'esprit, les visuels permettent aux e-consommateurs de visualiser ce qu'ils achètent. Utilisez des visuels qui montrent bien le produit et sont attrayants. Il s'agit de votre vitrine, et comme pour un magasin en physique, vous voulez séduire le client.

☑ **Profiter des services « premium » des Marketplaces**

Les Marketplaces proposent souvent des services premium, comme le « prime » d'Amazon ou le « à volonté » de Cdiscount. Profitez de ces services pour attirer des clients et proposer des offres adaptées aux plus exigeants. Vous aurez également plus de visibilité sur la Marketplace en question.

☑ **Servez-vous des outils marketing et promotionnels à disposition**

De nombreuses places de marché mettent à disposition des vendeurs des outils marketing et promotionnels. N'oubliez pas que, à l'instar de Sendcloud, leur intérêt est dans votre réussite. Utilisez donc ces outils pour booster vos ventes.

☑ **S'assurer d'obtenir de bons avis client**

Sur les Marketplaces, les avis client sont très importants.

Assurez-vous d'offrir un service de qualité, sans retard de livraison, avec les bons packaging... ceci afin de recevoir des avis clients positifs en retour. Choyez vos clients, leurs retours positifs sont votre meilleur outil marketing.

☑ **Proposer des méthodes de livraison variées**

Les e-consommateurs aiment avoir du choix et de la flexibilité. Proposez une gamme de méthodes de livraison variée afin de les satisfaire. Pour ce faire, vous pouvez utiliser la plateforme d'expédition Sendcloud qui vous permettra de proposer plusieurs transporteurs et méthodes de livraison, le tout connecté et piloté depuis une plateforme unique.

☑ **Soigner ses emballages**

Partie intégrante de la logistique et qui permet de fidéliser les clients, les emballages sont très importants. Tout d'abord, vous devez vous assurer que les produits arrivent chez les clients en parfait état. Ensuite, l'emballage est la première chose qu'un client voit lorsqu'il reçoit un colis. Faites bonne impression et profitez-en pour placer votre image de marque.

☑ **Automatiser son processus logistique**

Avec Sendcloud, vous pouvez automatiser votre processus logistique. Gagnez du temps lors de la préparation de vos commandes et à l'expédition en définissant des règles intelligentes d'expédition, en utilisant la fonctionnalité Pack & Go et en générant instantanément vos étiquettes.





“Impression d’étiquettes, ajout de nouveaux transporteurs ou gestion des retours, Sendcloud nous facilite la vie !”

Nathan Chadaigne, Sales Manager | [Immersive Display](#)

Suivez-nous !



Intéressé(e) ? Contactez-nous via contact@sendcloud.com ou inscrivez-vous sans engagement sur sendcloud.fr



★★★★★ 4,7

Démarrez gratuitement !

sendcloud.fr