

# Achats de Noël

Boostez vos ventes avec  
WhatsApp



# Achats de Noël : boostez vos ventes avec WhatsApp

*C'est bientôt Noël ! Cela veut aussi dire que le Black Friday approche. Avez-vous déjà réfléchi à la manière dont vous allez faire venir tous ces acheteurs dans votre magasin ? En fait, tout se résume aux 3 C. Premièrement, vous aurez besoin du bon **Canal** pour atteindre les acheteurs, avec un **Contenu** impactant pour attirer leur attention. Et enfin, vous voudrez les **Convertir** en acheteurs fidèles. Dans ce livre blanc je vous propose quelques conseils qui vous aideront à augmenter vos ventes de décembre.*

## 1 Choisissez le bon canal

“Ce n'est pas juste ce que vous dites, mais comment vous le dites.” Cela vous rappelle quelque chose ? Avant de réfléchir au message que vous allez envoyer, n'oubliez pas de chercher comment atteindre votre cible. Si vous voulez attirer l'attention des consommateurs avec des offres alléchantes, WhatsApp est un canal particulièrement adapté. Plus de 1,5 milliard de personnes dans plus de 180 pays utilisent WhatsApp chaque mois. Plus d'un milliard d'entre eux l'utilisent quotidiennement.

Mais WhatsApp n'est pas simplement un canal de messagerie populaire pour échanger entre amis, famille ou collègues. Les consommateurs préfèrent également utiliser WhatsApp comme moyen de communication avec les entreprises. Une excellente nouvelle pour ces dernières car avec WhatsApp vous pouvez prendre en charge n'importe quelle conversation et l'alimenter avec des contenus enrichis, vous permettant ainsi d'offrir une expérience inoubliable à votre cible.

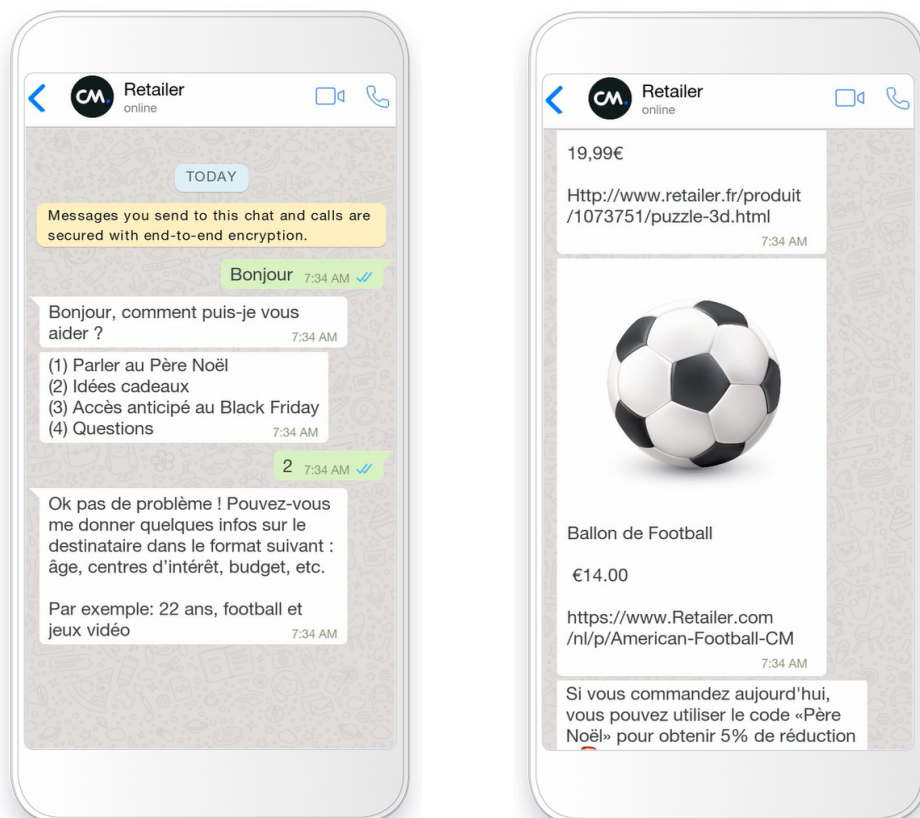
Assurez-vous aussi de pouvoir atteindre tous les dispositifs mobiles. C'est-à-dire que lorsque les clients ne peuvent pas être contactés via WhatsApp, vous pouvez configurer un fallback SMS pour être certain que vos clients recevront toujours vos messages.

## 2 Rédigez du contenu impactant

C'est le moment de faire preuve de créativité dans votre contenu ! Les vacances sont une période de joie, de bonheur et de cadeaux. Pour les enfants qui comptent les jours jusqu'au matin de Noël, ces cadeaux représentent la partie la plus importante des vacances. Nous ne voulons pas les décevoir, alors nous croisons les doigts pour que le Père Noël trouve le cadeau parfait. Mais quel serait-il ?

### L'outil de recherche de cadeaux du Père Noël

Ne serait-il pas fantastique si vous pouviez aider le Père Noël à trouver des cadeaux ? Imaginez comment les acheteurs se tourneraient tout de suite vers vous si votre magasin offrait un outil de recherche de cadeaux facilement accessible !

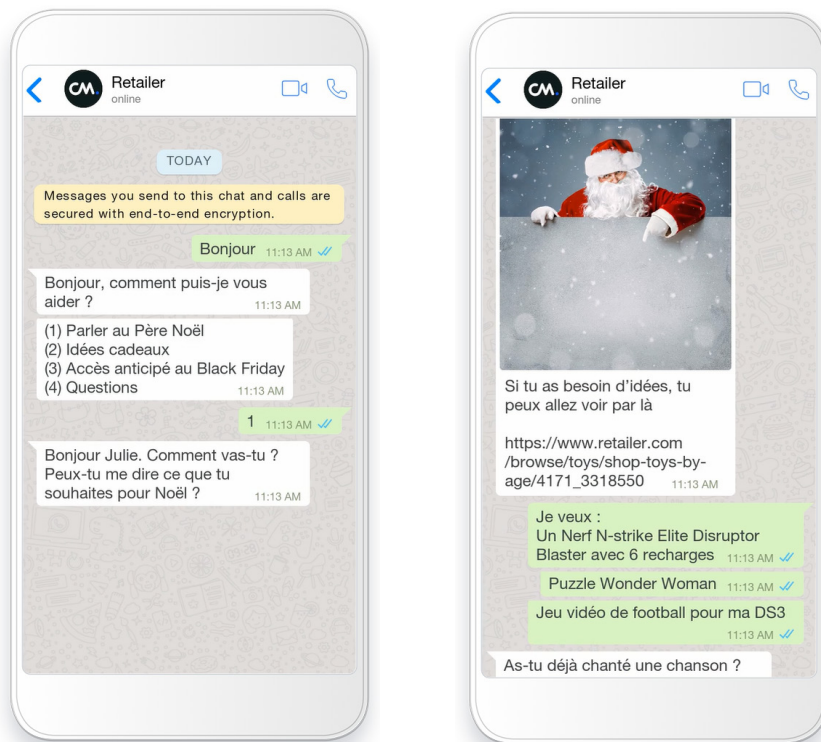


Et bien sûr, vous pouvez utiliser cet outil pour d'autres occasions et pas seulement Noël. Si les consommateurs cherchent quoi acheter pour le Black Friday, ou même un anniversaire, ils n'ont qu'à commencer une conversation sur leur canal de messagerie préféré. En ajoutant des informations sur le destinataire de l'achat, par exemple l'âge, les centres d'intérêt, les loisirs, le budget, etc., votre flux automatisé peut offrir des suggestions de cadeaux auxquels ils n'ont peut-être pas pensé. Le fait que cela représente une opportunité pour vous de générer des ventes sur des produits spécifiques est un avantage supplémentaire.

Comme vous pouvez le voir dans l'exemple, WhatsApp offre la possibilité non seulement d'ajouter des images à des suggestions de produits, mais également d'ajouter des liens vers la page du produit. En un clic, vous dirigerez le consommateur vers votre boutique en ligne où il pourra acheter le cadeau parfait que votre outil de recherche lui a trouvé.

## La lettre au Père Noël

Une autre façon de simplifier un peu la vie des consommateurs consiste à utiliser quelque chose que la plupart des enfants, sinon tous, font : la lettre au Père Noël ! Faire une lettre avec un stylo et du papier est tellement vieux jeu. Pourquoi gaspiller du papier quand le mobile peut simplifier vos achats ? Pourquoi ne pas inviter tous les enfants (qui n'ont pas été vilains !) à discuter avec le Père Noël ? Nous ne pouvons imaginer à quel point ces enfants seraient excités s'ils pouvaient lui parler directement ou même le voir via une vidéo de remerciement.



En plus d'être une excellente campagne d'engagement, elle vise à aider les parents à trouver le cadeau idéal pour tous les budgets. En connectant le numéro de téléphone portable utilisé pour discuter avec le Père Noël au compte de la boutique en ligne, les cadeaux demandés dans la lettre peuvent être automatiquement ajoutés au panier. Supprimez simplement les cadeaux que vous ne voulez pas acheter ou qui dépassent votre budget, confirmez votre commande et celle-ci est prête à être expédiée. Ajoutez un service d'emballage cadeau, et les achats de Noël de dernière minute n'auront jamais été aussi faciles ! Il peut être intéressant de présélectionner un point de retrait à proximité du domicile des acheteurs, afin qu'ils puissent les ramener chez eux en toute discrétion.

Si vous proposez un service d'emballage des cadeaux, pourquoi ne pas l'offrir gratuitement à tous les acheteurs utilisant ce service ? L'avantage pour vous sera d'obtenir des profils clients enrichis à utiliser pour vos futures campagnes marketing ! Sans parler du fait d'envoyer tous les acheteurs dans votre magasin pour acheter ce jeu ou jouet populaire, plutôt que chez les concurrents.

## Livraison depuis le Pôle Nord

Je n'ai sûrement pas besoin de vous expliquer que l'expérience d'achat ne se termine pas à la caisse. Mais saviez-vous que la période des fêtes, combinée aux fonctionnalités de WhatsApp, offre une excellente occasion de créer de l'engagement à la marque ? Si cela est fait correctement, le processus post-achat, consistant à livrer les produits à l'acheteur, peut être transformé en une expérience inoubliable.

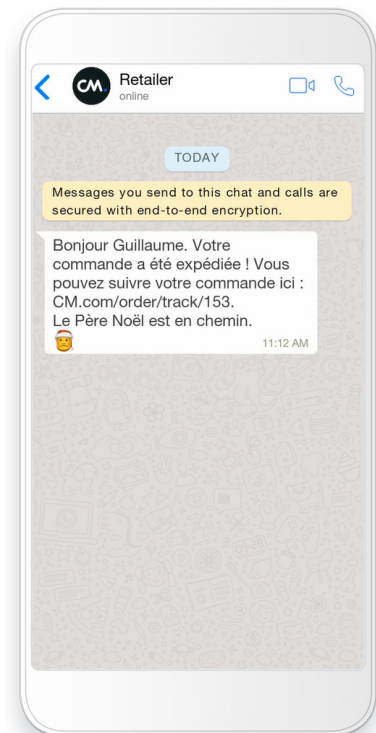
En cette période de vacances, vous pouvez utiliser votre imagination pour rendre la livraison d'un colis vraiment amusante !

Ce cadeau n'est pas expédié du dépôt du magasin jusqu'à la porte de l'acheteur, n'est-ce pas ?

Non, ce cadeau très spécial est fabriqué à la main par les lutins du Père Noël.

Après avoir été enveloppé dans du papier coloré, le renne Rudolphe - oui, celui avec le nez rouge - se précipitera à travers le ciel vers votre toit.

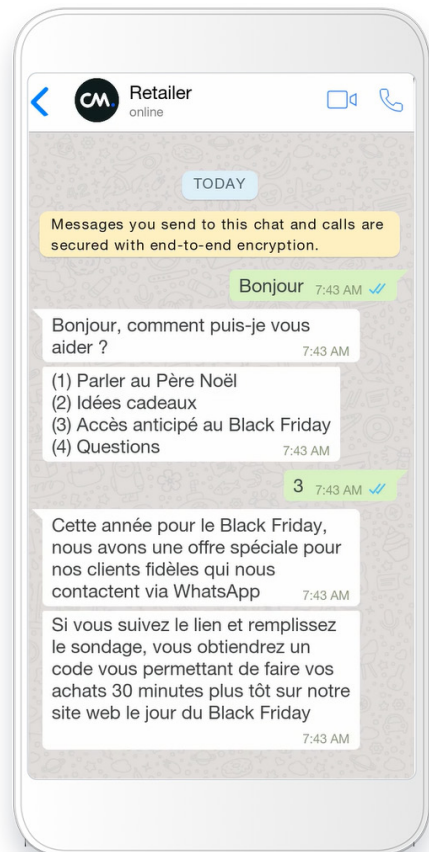
Quelques instants plus tard, le Père Noël sonnera à la porte déguisé en livreur et vous remettra votre colis.



Bien sûr, vous pouvez également vous en tenir aux bases, en envoyant un SMS au moment où le colis est remis au livreur. Ou vous pouvez choisir de demander à vos clients d'accepter vos notifications (clients opt-in) pour recevoir des informations plus régulièrement. Cela soulagera de tout stress le consommateur qui veut être certain de recevoir ses cadeaux à temps. Une fois la commande confirmée, les lutins commencent à tout préparer. Une fois les produits sélectionnés, informez l'acheteur qu'ils sont occupés à emballer les cadeaux. Dès que la livraison est prête à être remise, dites que le traîneau est en train d'être poli pour transporter cette cargaison spéciale. Et une fois que le livreur a ramassé le colis, partagez une vidéo du renne Rudolphe volant dans le ciel. Dès que le délai de livraison exact est connu, envoyez une vidéo du Père Noël avec la phrase « Ho Ho Ho, votre colis arrivera vers 15 heures ! ». Tout est dans la gestion des attentes client pour éviter les questions répétitives, rendre la livraison plus amusante et faciliter la vie de votre équipe clientèle ! 😊

## Accès anticipé au Black Friday

Même si nous sommes passionnés par les fêtes de Noël, n'oublions pas les autres campagnes de fin d'année qui sont toutes aussi importantes. Tous ces conseils sont applicables au Black Friday qui sonne véritablement le coup d'envoi de la frénésie des achats de Noël ! Vous ne voulez pas que les acheteurs aillent chez le concurrent pour réaliser leurs achats du Black Friday. Heureusement, WhatsApp offre d'excellents moyens pour que votre point de vente se démarque. Que diriez-vous d'offrir un accès anticipé aux promotions du Black Friday via WhatsApp ? Les exemples sont sans fin mais en voici un. Vous pouvez réaliser une brève enquête client auprès des consommateurs et en contrepartie vous leur offrez un accès anticipé à votre site. L'assurance pour eux de ne pas passer à côté des produits qu'ils veulent absolument acheter.



Avantage majeur : avec les informations que vous collecterez grâce à l'enquête, vous pourrez créer des profils clients pour réaliser des campagnes marketing segmentées, pour le Black Friday et les vacances de décembre, sur vos autres canaux de messagerie.



## Promotions spéciales pour le week-end du Black Friday

Dans la plupart des magasins, le week-end du Black Friday offre des réductions intéressantes sur certains produits. Mais qui a dit que ces offres devraient rester identiques tout au long du week-end ? Pour maintenir l'intérêt des consommateurs, vous pouvez envisager d'utiliser différents types de promotions chaque jour. Comme « 20% de réduction » le vendredi et un « 3 achetés, 1 offert » le samedi. Ou une réduction sur les chaussures le samedi et sur les jupes le dimanche.

Si vous offrez des promotions variables tout au long du week-end, WhatsApp est un excellent moyen de maintenir l'intérêt des acheteurs pour votre magasin et vos offres. Proposez une pré-inscription pour recevoir des informations quotidiennes ou même toutes les heures, pour permettre aux consommateurs de savoir exactement quand se rendre dans votre magasin ou sur votre site internet. En utilisant le canal de messagerie préféré de vos acheteurs, vous ne cessez de les stimuler et de générer du trafic en magasin ou sur votre site. Par exemple, demandez aux clients de vous envoyer un message le matin afin de leur communiquer l'offre du jour. De cette façon, ils penseront toujours à votre magasin et, en cas de questions, ils pourront vous envoyer un message comme ils le feraient avec un ami.

Parlez de votre service de notification des promotions sur votre site web, dans votre magasin et sur les tickets de caisse. Le fait que les messages WhatsApp (vos promotions) soient facilement partageables avec des amis est un avantage supplémentaire pour vous. 😊 Et en ajoutant de temps à autre des offres réservées uniquement aux utilisateurs WhatsApp, tout le monde voudra s'abonner à ce service !

## Toutes les bonnes choses ont une fin

Bien qu'il existe d'innombrables idées, toutes plus créatives les unes que les autres, d'utiliser le canal de messagerie préféré des consommateurs pour augmenter les ventes, nous avons déjà atteint le dernier exemple de ce livre blanc. Car même Noël, aussi triste que ce soit, ne dure pas éternellement. Les jours après Noël constituent également un moment important pour l'engagement de la marque. Même si tous les cadeaux sont achetés avec les meilleures intentions du monde, nous notons une forte augmentation du nombre de clients retournant des cadeaux et les échangeant contre ce qu'ils voulaient vraiment.

Cela signifie que ce ne sont pas les acheteurs que vous verrez dans votre magasin, mais les destinataires. Profitez-en pour leur en mettre plein la vue ! Pourquoi ne pas ajouter un QR code sur le ticket de caisse qui redirigera vers WhatsApp. Sur ce canal, les acheteurs ou les destinataires peuvent demander quelle est la politique de retour ou obtenir de l'aide pour trouver le cadeau de remplacement idéal. Grâce à des réponses automatiques et à des conseils prédéfinis selon le budget des clients, ces derniers bénéficient d'un excellent service, tandis que votre équipe clientèle profite d'une pause bien méritée.

## Comment amener les consommateurs à utiliser WhatsApp ?

### Voici quelques conseils

- En offrant, par exemple, une réduction de 5% sur les achats effectués via l'outil de recherche de cadeaux, vous verrez les acheteurs se rueler vers votre service WhatsApp en un rien de temps.
- Promouvoir le service sur votre boutique en ligne, votre site internet et vos catalogues. Ou que diriez-vous d'une pop-up pour les visiteurs de la boutique en ligne qui ont passé un certain temps sans cliquer ? L'outil de recherche de cadeaux peut les aider, sans aucun doute !
- Demandez aux consommateurs d'en parler autour d'eux, en disant qu'ils ont trouvé leurs cadeaux via votre outil de recherche en échange d'une réduction sur le prochain achat.
- Remerciez les clients d'avoir fait leurs achats avec vous en envoyant un visuel qu'ils peuvent partager avec leurs amis.
- Étonnez vos clients avec des suggestions de cadeaux qui feront mouche afin que le bouche-à-oreille crée un effet boule de neige.
- Offrez un emballage cadeau gratuit pour les acheteurs utilisant le chat du Père Noël
- Offrir une expérience enrichie qui étonnera les enfants, améliorera l'engagement à la marque, la notoriété et la satisfaction client.
- Promouvez votre campagne en annonçant vos services WhatsApp dans votre magasin, sur votre site web et dans vos catalogues.
- Remerciez les enfants d'avoir envoyé leur lettre au Père Noël avec une vidéo personnalisée de celui-ci. Ils vont vouloir montrer ça à tous leurs amis, qui vont ensuite en parler à leurs parents ! 😊

### 3 Convertissez les consommateurs

WhatsApp Business est l'un de ces canaux qui jouent un rôle important pour le commerce conversationnel. Le commerce conversationnel consiste à transformer une conversation sur un canal de messagerie en une conversion réussie. En d'autres termes : ne vous contentez pas de discuter sur des canaux de messagerie, mais transformez ces conversations en opportunités de vente réussies.

Ce terme n'est pas nouveau. En 2015 , Chris Messina d'Uber avait déjà mentionné le commerce conversationnel comme étant le « croisement entre les applications de messagerie et l'achat ». L'expérience Uber établit désormais la nouvelle norme à travers le monde. Cela inclut les achats de Noël !

Le commerce conversationnel consiste à permettre aux clients de contacter des entreprises et de finaliser le parcours d'achat au sein de leur canal de messagerie préféré. Nous avons déjà une longueur d'avance sur le sujet, en ayant pris comme exemple l'un des canaux de messagerie les plus populaires : WhatsApp.

Les clients souhaitent recevoir des messages pertinents et personnalisés. Vous ne pouvez le faire qu'en apprenant vraiment à les connaître. Utilisez les solutions de gestion intelligente des données pour poursuivre la conversation et offrir le meilleur service, quand et où vous le voulez. Avec [CM Data](#), vous pouvez connecter plusieurs sources de données à un profil client unifié. Vous aurez un aperçu en temps réel des données et du comportement de vos clients.

Enfin, supprimez tous les points de frictions de votre parcours d'achat et permettez que des paiements faciles et sûrs soient initiés au sein de la conversation. En tant que fournisseur de services de paiement, nous permettons la mise en œuvre des solutions de paiement les plus populaires dans notre offre de Commerce Conversationnel afin de faire exploser vos taux de conversion.

# Il est temps de s'y mettre !

À l'approche des vacances, pas de temps à perdre ! Heureusement, la configuration de votre compte WhatsApp Business est simple et rapide. Si vous savez déjà ce que vous voulez en faire, demandez un compte WhatsApp Business auprès de votre fournisseur, CM.com, et nous vous configurerons votre compte en quelques jours seulement !



[Démarrer avec WhatsApp](#)