



FCEI

**FÉDÉRATION CANADIENNE
DE L'ENTREPRISE INDÉPENDANTE**

En affaires pour vos affaires.^{uc}

Exposé de recherche

La vente en ligne est une priorité des PME en 2021

Taylor Matchett, analyste de la recherche
Mandy D'Autremont, directrice principale de l'expérience des membres et de la stratégie

22 mars 2021

Objectifs de recherche et méthodologie

La **FCEI** et **Google** ont réalisé conjointement une étude sur les priorités des PME et l'importance du numérique dans leur stratégie pour 2021.

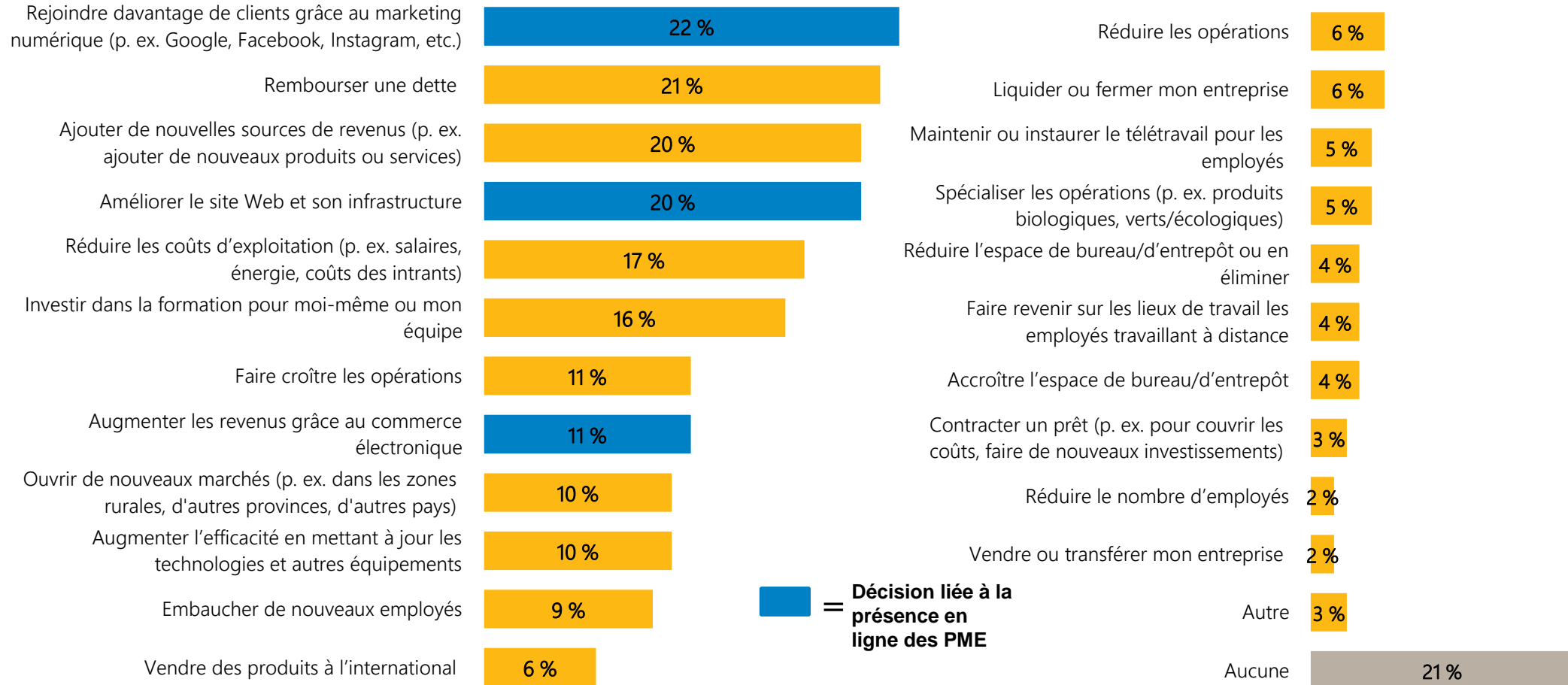
Sources des données :

En janvier 2021, Maru/Matchbox a mené un sondage au nom de la FCEI auprès de 1 010 propriétaires et décideurs de PME canadiennes œuvrant dans divers secteurs et faisant partie du panel de recherche de La Voix Maru Canada. Le sondage a été effectué entre le 20 et le 29 janvier 2021. Pour garantir la représentativité de l'échantillon, celui-ci a été réparti par région et par taille d'entreprise (nombre d'employés). La durée médiane des entretiens était de 14 minutes. À titre comparatif, un échantillon probabiliste de cette taille aurait une marge d'erreur de +/- 3 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Des commentaires supplémentaires de membres FCEI sont inclus dans le rapport basé sur le sondage Vente en ligne et concurrence avec les grandes entreprises que la FCEI a fait du 17 septembre au 7 octobre 2020 auprès de 3 607 de ses membres.

Marketing numérique = priorité n° 1 des plans d'affaires des PME en 2021

Plans d'affaires 2021



Conseils de chefs de PME sur l'importance d'adopter en priorité une stratégie numérique en 2021

“ Nous tenons à assurer notre présence en ligne parce que les gens passent beaucoup de temps sur Internet depuis qu'il y a la COVID-19 vu qu'il n'y a pas grand-chose à faire en ce moment. C'est important d'imposer sa présence sur Internet, de s'adapter à la situation et d'être dans le vent. En fait, nous faisons très peu de ventes en ligne (ce qui est normal étant donné la nature de nos activités). Par contre, beaucoup de gens nous trouvent sur Google ou nous découvrent en faisant une recherche sur tel ou tel sujet. Quand les choses reprendront comme avant, **les gens continueront de faire leurs achats en ligne parce qu'ils s'y seront habitués**. Cela ne coûte pas très cher de créer et de maintenir un site Web, alors pourquoi s'en priver? C'est pareil sur Facebook et Instagram : tout ce qu'il faut, c'est un peu de temps et très peu d'argent. Grâce à Internet, on a retrouvé le goût des affaires en communiquant avec notre clientèle et des clients potentiels. **Tout cela finira par payer.**

– Grant Rogerson, One Spoiled Kitty, Manitoba

“ **Miser sur la publicité en ligne** (Google Ads)
Commerce en ligne
Minimiser les coûts de main-d'œuvre (dans le secteur des services)

– Nguyet Bui Thi, Restaurant Saigon, Québec

“ Puisqu'il est impossible d'aller voir des clients durant la pandémie, ce qu'il faut, c'est être **rapidement et facilement trouvable sur Internet** quand vos clients cherchent vos produits ou vos services en ligne. **Concevez un site Web convivial** où vous publierez des photos et des descriptions. Mais inutile d'en faire trop : c'est la qualité qui compte. Ajoutez des photos de bonne qualité, des descriptions claires de vos produits ainsi que des modes d'emploi. Ne vous contentez pas de télécharger une tonne de données.

– Don Byres, SPE Systems, Colombie-Britannique

“ **Facilitez la communication sur Internet avec vos clients.** Vos clients doivent pouvoir s'y retrouver facilement sur votre site Web afin d'avoir envie d'en savoir plus sur vos produits ou vos services.

– Cheryl Bishop, Elite Dog Training, Ontario

Conseils de chefs de PME sur l'importance d'adopter en priorité une stratégie numérique en 2021 (suite)



J'ai beaucoup de chance d'avoir mis de l'argent, il y a à peu près deux ans, dans la refonte complète de mon site de vente en ligne, qui est maintenant parfaitement fonctionnel (www.power123.com). Quand j'ai fermé mon magasin soudainement en mars dernier, je n'ai pas eu le temps de créer un nouveau site Web. Je passais mes journées entières à traiter, recevoir ou expédier les commandes reçues par courriel et via notre site Web avec le seul employé qu'il me restait. Tous les autres étaient partis pour bénéficier de la PCU et ne sont pas revenus quand j'ai rouvert un mois plus tard en avril.

Mon site Web a été un formidable atout pour mon entreprise. Aujourd'hui, il continue d'attirer encore plus de clients tous les mois et mes revenus générés par le commerce en ligne sont en hausse pour le B2B, mais également le B2C, partout dans les Territoires-du-Nord-Ouest. Mon entreprise n'aurait pas pu s'en sortir sans son site Web.

– Brian Lefebvre, Power Surge Technologies, Territoires du Nord-Ouest



Il est absolument essentiel d'avoir une plateforme de commerce en ligne. Notre industrie était « en retard sur son temps » d'une manière générale, ce qui fait qu'elle a été contrainte de s'adapter plutôt rapidement durant la pandémie.

– Jennifer Weir, Can Pro Equestrian Supply, Ontario

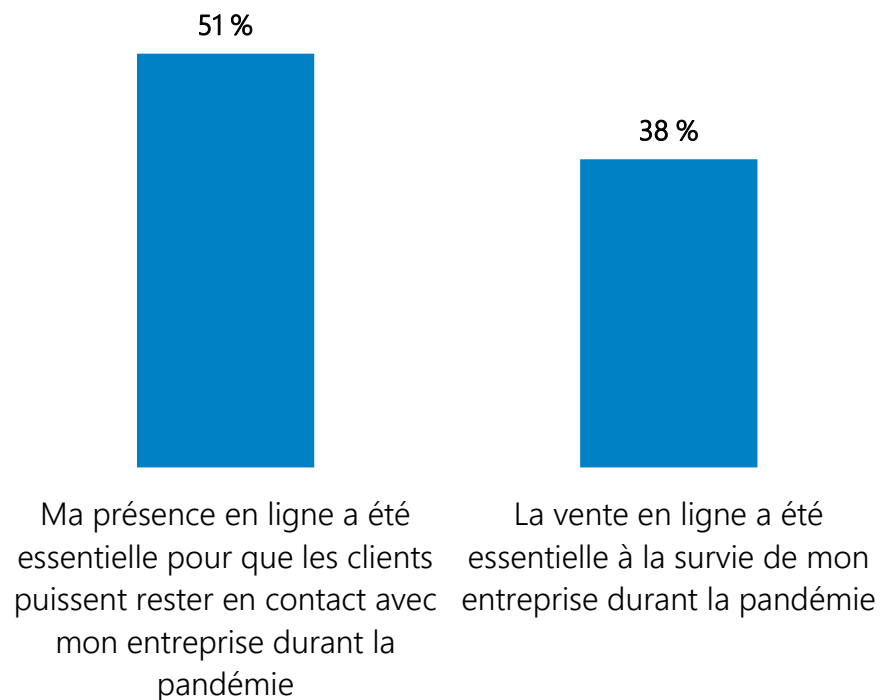


C'est important d'être présent sur les réseaux sociaux et d'avoir un site Web. **Avoir une page de médias sociaux que l'on met à jour régulièrement, c'est plus pour informer les clients** que pour faire des ventes. Les ventes viennent après.

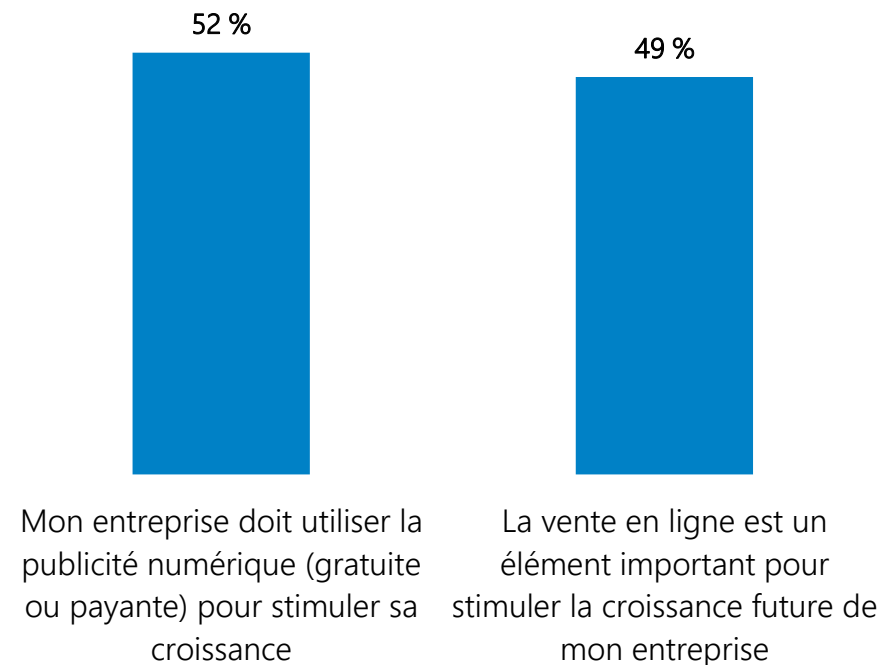
– Christine Simone, Simone Enterprises, Ontario

Pour 50 % des PME, il est vital d'avoir une stratégie numérique en 2021 afin de survivre à la pandémie et de favoriser leur croissance

Importance d'une stratégie numérique pour survivre à la pandémie (% de réponses « d'accord »)

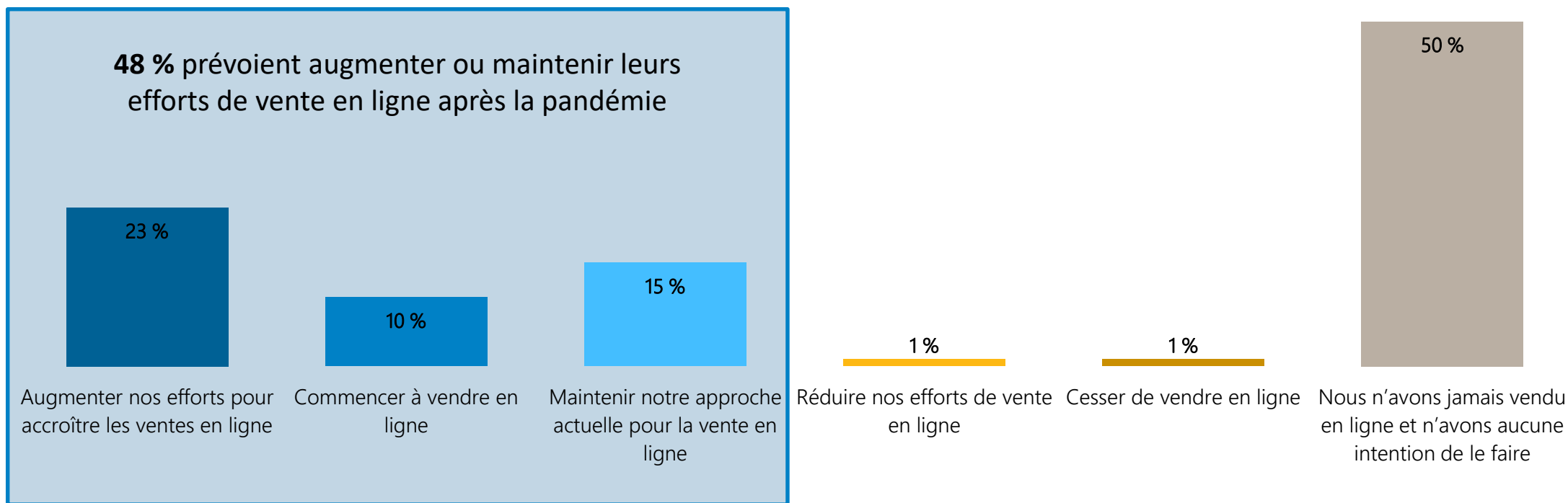


Importance d'une stratégie numérique pour favoriser la croissance (% de réponses « d'accord »)



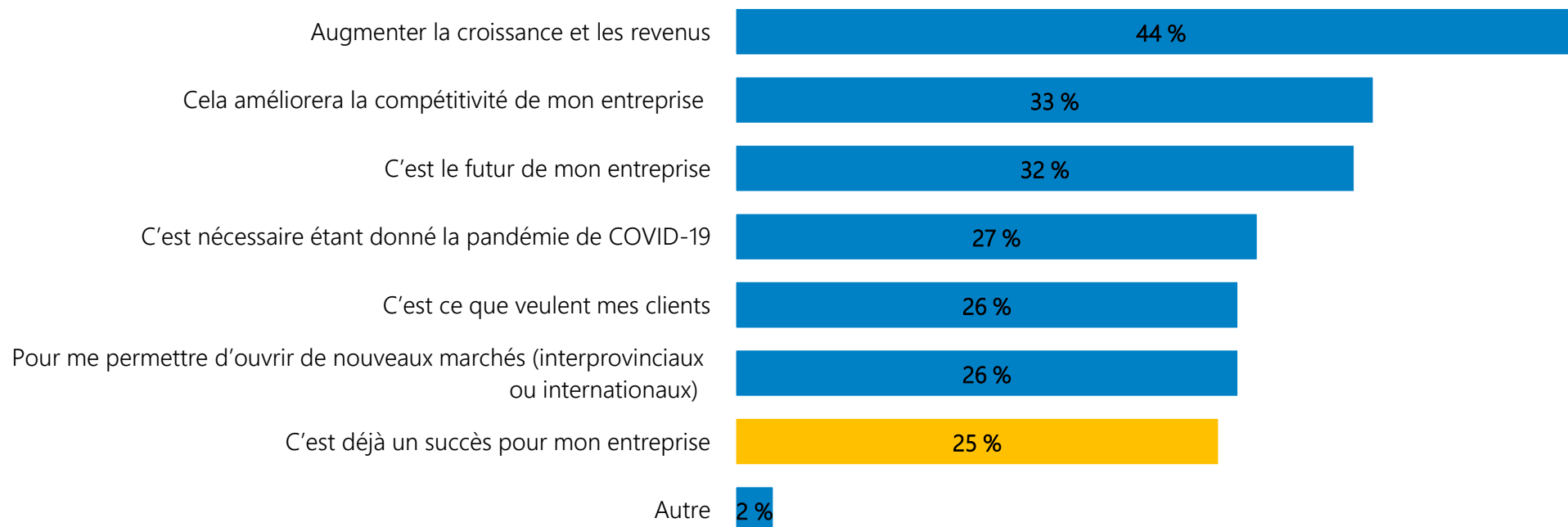
Le commerce en ligne restera une stratégie permanente pour 50 % des PME après la pandémie, mais 50 % ne prévoient pas vendre en ligne

Intention de vendre en ligne après la pandémie



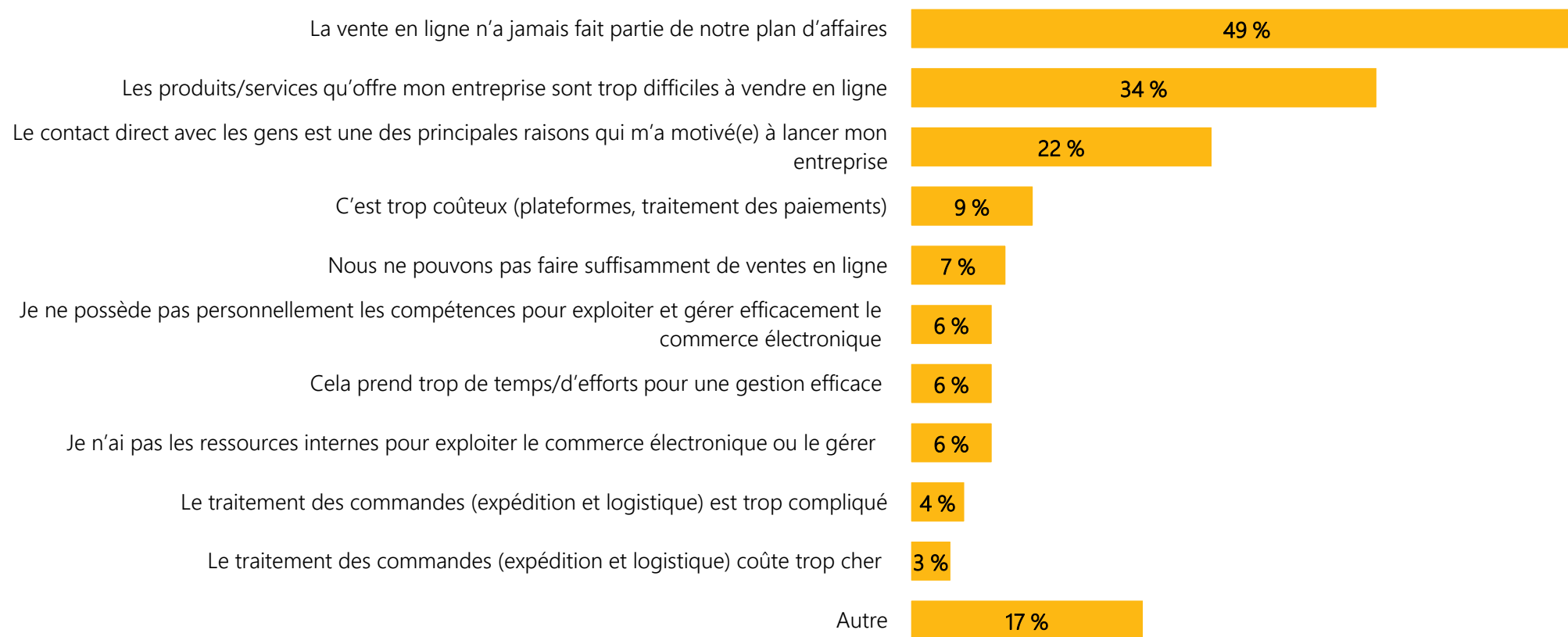
Bien que seul 1 chef de PME sur 4 souhaite continuer de vendre en ligne parce que cela a été un succès pour son entreprise, la principale raison de faire de la vente en ligne après la pandémie repose sur le potentiel qu'elle offre : près de 50 % pensent qu'elle augmentera leur croissance et leurs revenus, et un tiers estiment qu'elle améliorera la compétitivité de leur entreprise et qu'elle en est l'avenir.

Raisons de vendre en ligne après la pandémie



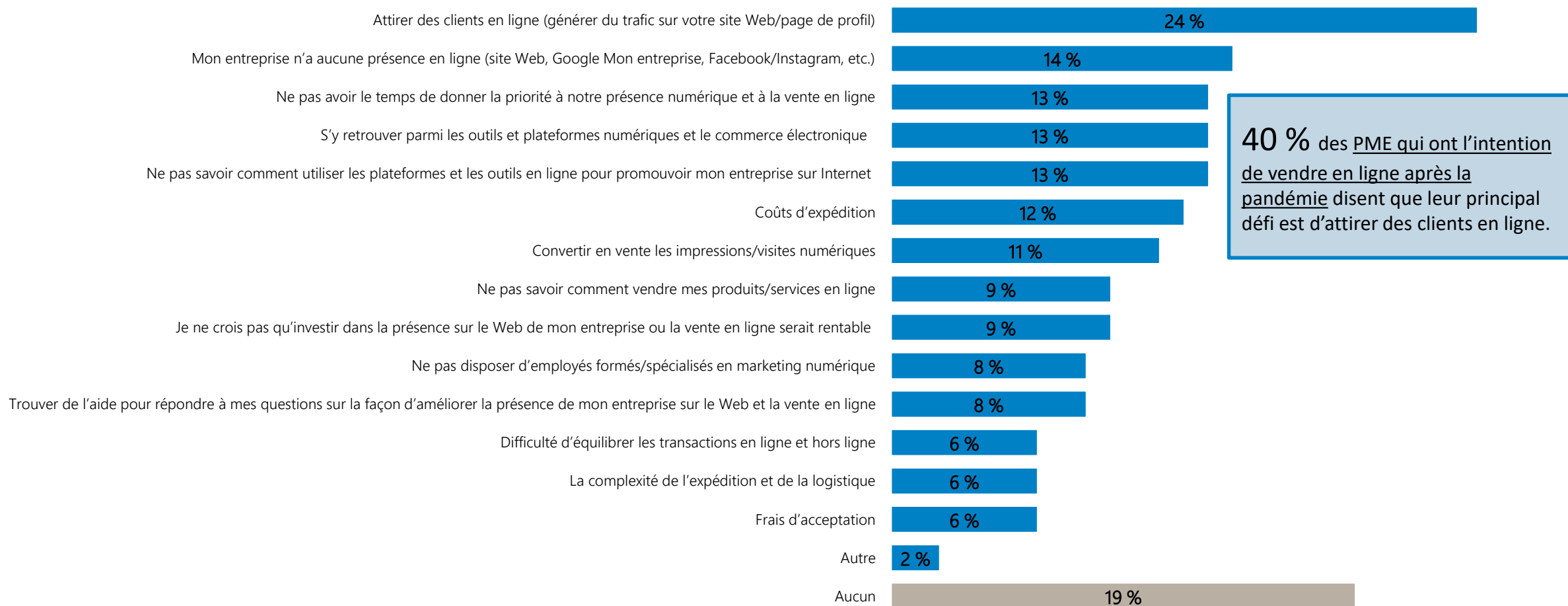
La raison principale qui explique pourquoi les PME qui ne font pas de vente en ligne ne sont pas motivées par cette stratégie, c'est parce que cela n'a jamais fait partie de leur plan d'affaires, et 1 PME sur 3 pense que ses produits sont trop difficiles à vendre en ligne.

Raisons de ne pas vendre en ligne après la pandémie



Attirer des clients est le principal défi que pose la vente en ligne aux PME

Principaux défis de la vente en ligne



Les chefs de PME qui prévoient vendre en ligne après la pandémie cherchent à savoir comment assurer le succès de leur stratégie de commerce électronique, notamment des conseils pour rehausser leur présence en ligne, sur le marketing numérique ou dans les médias sociaux.

Informations dont les PME qui vendent en ligne ont besoin pour réussir après la pandémie

