



Ouvrir votre boutique Etsy **Octobre 2014**

Exercices et conseils pour ouvrir et développer
votre entreprise en ligne

BIENVENUE

Bienvenue dans la communauté Etsy ! Nous sommes très heureux de vous compter parmi nous.

Ce manuel est conçu pour vous aider à réussir le lancement de votre boutique. Nous y avons compilé nos meilleurs conseils de vendeurs Etsy.

COMMENT UTILISER AU MIEUX CE MANUEL ?

Commencez par parcourir le manuel en entier afin d'avoir une idée des sujets abordés.

- Utilisez la **Liste de démarrage rapide page 3** afin de rassembler les informations dont vous avez besoin pour configurer et ouvrir votre boutique.
- Une fois que votre boutique est ouverte, optimisez-la ainsi que chacune de vos fiches

produits en utilisant les leçons de ce manuel. Attendez-vous à constamment améliorer votre boutique au fur et à mesure que vous apprendrez à améliorer vos photographies, à affiner vos mots-clés et à remplir votre boutique de nouveaux articles à vendre.

Restez connecté, lisez, développez votre boutique et profitez des nombreuses ressources offertes par Etsy. Découvrez toutes les façons d'apprendre et de trouver de l'inspiration dans le Guide des ressources Etsy à la **page 24**.

L'heure est venue de commencer !



SALOME (PARIS)

« J'ai ouvert ma boutique Etsy le jour de la création de mon entreprise. J'aime sa visibilité, sa communauté, le contact direct avec le client. On voit clairement qui achète quoi, on a un contact humain avec les acheteurs et en plus, il y a une vraie communauté d'échanges avec les artistes. Il y a souvent des échanges de mails, des partages et c'est une source d'inspiration énorme ! »

Salomé

<http://www.etsy.com/shop/salomeCharly>

Démarrage rapide

Ayez les éléments suivants à portée de main quand vous commencez à ouvrir votre boutique pour vous assurer que vous pouvez le faire en une seule fois.

1. CONNECTEZ-VOUS À ETSY.COM

Si vous n'avez pas encore créé un compte Etsy, il faut maintenant en créer un. Allez à www.etsy.com et cliquez sur *Se connecter*, puis cliquez sur *S'inscrire* pour créer un nom d'utilisateur et mot de passe.

- ✓ **Nom d'utilisateur Etsy**
- ✓ **Mot de passe Etsy**

2. NOMMEZ VOTRE BOUTIQUE ETSY

Vous aurez besoin d'un nom de boutique pour ouvrir votre magasin. Ayez quelques options en tête, au cas où votre premier choix serait déjà pris. Essayez éventuellement d'ajouter le mot « shop » ou « boutique » à la fin de votre nom désiré.

Idées de noms de boutique :

1.
2.

3. METTEZ VOS ARTICLES EN VENTE

- ✓ Ayez **au moins un article prêt à vendre.**

- ✓ Préparez des **photos numériques de votre article** (d'une largeur de 800-1000 pixels). Vous trouverez plus de conseils photographiques dans les pages suivantes.
- ✓ Réfléchissez à **une liste de mots qui décrivent votre article**, que vous utiliserez dans les tags et les titres. Vous trouverez d'autres conseils de « taggage » dans les pages suivantes.
- ✓ Ayez un **prix** en tête pour votre article.
- ✓ Renseignez-vous **sur les frais de livraison de votre article.**

4. OUVREZ VOTRE BOUTIQUE ETSY

Il n'y a pas de frais d'adhésion pour ouvrir une boutique, mais nous avons besoin de vos renseignements de facturation afin de vous aider à vous faire payer. Vous aurez besoin de :

- ✓ **Carte de crédit/débit ou vos identifiants à Paypal**
- ✓ **Informations sur votre compte chèque** (RIB avec vos codes IBAN et BIC)

LEÇON 1 : ANATOMIE D'UNE BOUTIQUE ETSY

PAGE D'ACCUEIL DE LA BOUTIQUE

The screenshot shows the Etsy shop page for 'Lucile's Kitchen'. The shop is located in Paris, France, and has 143 articles. The shop's banner features botanical illustrations. The shop's description reads: 'Des recettes, des fruits, des légumes, de la pâtisserie, et Paris ! Une cuisine graphique, des murs en couleur, soyez les bienvenus !... Continuer la lecture'. The shop accepts gift cards. The shop's search bar is visible. The shop's social media links are shown. The shop's products are displayed in a grid. The products include 'Les profiteroles au chocolat, r...', 'La recette du clafouti Illustrati...', 'La recette des madeleines - ...', and 'Recette du carrot cake, Gate...'. The prices are €29,96 EUR, €29,96 EUR, €60,73 EUR, and €29,96 EUR respectively. The shop's seller is 'Lucile Prache'.

Chaque boutique sur Etsy dispose d'une page d'accueil qui sert de vitrine virtuelle. Vous y serez en mesure de créer une identité visuelle pour votre marque et présenter les articles que vous avez à vendre. Ici : [la boutique de Lucile's Kitchen](#)

1. Bannière : Personnalisez votre page d'accueil de votre boutique avec une image de votre choix.

2. Fiches produits : Chaque article que vous mettez en vente sur Etsy a sa propre fiche produit. Les clients peuvent parcourir l'ensemble de vos fiches produits à partir de votre page d'accueil, peuvent cliquer pour en savoir plus et peuvent voir les photos supplémentaires de chaque article.
→ A savoir : Le nombre de fiches produits augmente la visibilité de votre boutique et crée une meilleure expérience de navigation pour les acheteurs.

3. Sections de votre boutique : Vous pouvez

organiser vos articles par type, par style, par taille ou par toute autre propriété que vous choisissez.

4: Message de bienvenue : Utilisez cette section pour diffuser des messages importants à vos acheteurs. Par exemple, plus d'infos sur votre travail, une promo disponibles en ce moment dans votre boutique, ...

5. Avatar : Cette image vous représente partout dans vos interactions sur Etsy. La plupart des vendeurs utilisent une image de leur visage, de leur produit ou de leur logo.

6. Médias sociaux : Cela vous permet d'interagir directement et en privé avec les acheteurs.

7. **Localisation géographique** : elle vous permet d'apparaître dans les recherches locales pour les

acheteurs qui souhaiteraient acheter en France ou les équipes d'Etsy à la recherche

FICHES PRODUITS

Utilisez les fiches produits pour communiquer aux acheteurs ce qui rend votre article unique et pour répondre à toutes les questions qu'ils pourraient se poser.

1. Photos de l'article : La première photo dans votre fiche est utilisée pour la vignette de votre page d'accueil et sur toutes les pages où l'article est présenté sur Etsy (sections, recherche, ...). Utilisez les cinq photos pour communiquer les détails, l'échelle et l'utilisation.

2. Titre : Rédigez des titres d'articles qui contiennent des termes qui ont des chances d'être

utilisés par les acheteurs quand ils font une recherche.

3. Description de l'article : Décrivez ce qui rend votre article unique et répondez aux questions qu'un acheteur pourrait se poser à son sujet, notamment des détails sur la taille, les matériaux et les couleurs.

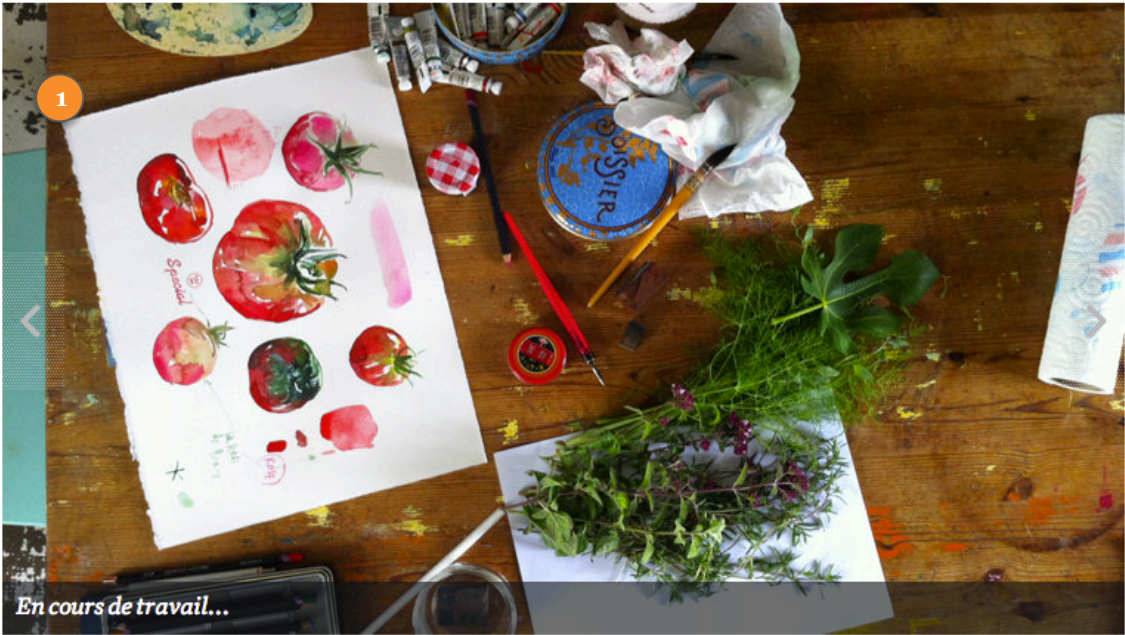
4. Avis : Après un achat, l'acheteur peut laisser un avis évaluant chaque transaction. Des descriptions

précises et un service client professionnel favorisent les commentaires positifs.

5. Livraison et conditions : Assurez-vous de définir clairement vos conditions et les options de

livraison dans cette section afin que les acheteurs puissent faire des achats en toute connaissance de cause.

PAGE À PROPOS




En cours de travail...

Dans l'atelier

2

Tout a commencé lorsque j'ai décidé de partager mon temps entre ma tablette graphique Cintiq, et les magnifiques papiers, l'aquarelle du magasin Sennelier.

Je travaille pour la presse, l'édition, la publicité et les bureaux de style. Lorsque j'avais 15 ans, j'ai appris la sérigraphie, et je suis toujours fascinée par cette technique. Après être diplômée de l' ESAG à Paris, j'ai continué mon enseignement artistique auprès d'un professeur chinois calligraphe qui m'initiait à la calligraphie, l'écriture, la peinture et le dessin.



Lucile
Illustratrice

3

Liens connexes

[Facebook](#)

[Shop Website](#)

4

Racontez l'histoire de votre boutique et montrer ce qui se passe en coulisses sur votre page À propos.

1. Galerie photos : De belles images valent parfois mieux qu'un long discours. Montrez ici les coulisses de votre atelier, vous en plein travail, votre processus de création, vos produits mis en scène.

2. Votre histoire : Sur Etsy, les acheteurs aiment savoir sur qui se cache derrière chaque boutique. Racontez comment vous avez commencé, vos inspirations, partagez vos valeurs, ...

3. Les membres de votre boutique : expliquer à la communauté qui sont les personnes qui font vivre

votre boutique : vous et toute personne qui vous aide dans votre activité (un employé, un stagiaire, votre mari, votre chat, ...). Ajoutez pour chacun un portrait et indiquez leur rôle.

4. Liens connexes : vous pouvez y ajouter jusqu'à trois liens : votre page fan Facebook, votre compte Twitter, votre log de votre boutique, ou site vitrine de votre boutique..

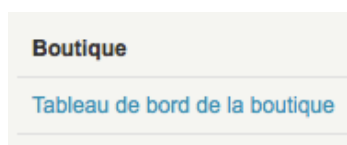
INTERFACE DE GESTION DE BOUTIQUE

Quand vous créez votre boutique, Etsy vous guide dans 3 étapes essentielles :

- choisir votre nom de boutique
- mettre en vente votre premier produit
- être payé

Mais une fois votre boutique ouverte, vous aurez accès à l'ensemble des fonctionnalités de votre interface d'administration de boutique. Voici un petit récapitulatif vous permettant de vous y repérer et de savoir où trouver ce que vous cherchez.

Votre tableau de bord



Vous y trouverez les informations essentielles à votre boutique : les statistiques essentielles, les articles vendus non payé et non envoyé, les fiches produits arrivant prochainement à expiration ou déjà hors ligne et des suggestions.

Un onglet activités de la boutique vous permet de voir qui a interagi avec votre boutique dernièrement (favoris, treasuries, ventes).

Vos fiches produits



Dans **Gestionnaire de fiches produits**, vous pouvez gérer toutes vos fiches produits actives, en brouillon, expirés, épuisés et inactives. Vous pouvez ici les modifier, les renouveler, les supprimer ou modifier plusieurs fiches produits en même temps. Vous pourrez également définir les produits à la une qui apparaissent en haut de votre boutique.

Le menu **Gagnez des mises en vente gratuites**, vous permet de récupérer et partager votre lien de parrainage.

Les **sections** vous permettent de classer vos produits en différentes catégories et de les gérer.

Les **profils de livraison** permettent d'utiliser les mêmes paramètres de livraison pour plusieurs fiches produits. Une fois qu'une fiche a été liée à un profil, la mise à jour du profil mettra également à jour les coûts de livraison sur la fiche produit.

Vos commandes

Commandes
Articles vendus
Avis sur la boutique
Historique des paiements directs

Dans **Articles vendus**, vous verrez vos commandes en cours. Vous pourrez les marquer comme envoyé et envoyé des notifications à vos vendeurs. En cliquant sur le reçu, vous pourrez également annuler la commande si nécessaire, ajouter un message privée (non visible de l'acheteur) pour vos archives, voir l'historique de vos échanges avec l'acheteurs.

Dans **Avis sur la boutique**, vous pourrez consulter les évaluations laissées par les acheteurs.

Dans **Historique des paiements directs**, visible seulement si vous acceptez le Paiement Direct, vous aurez accès aux archives des paiements effectués par Etsy. Vous pourrez également éditer vos paramètres de compte bancaire, voir le prochain virement programmé ou demander un virement anticipé.

Vos statistiques

Vous trouverez ici tous les chiffres clés et les informations concernant la consultation de votre boutique : pages vues, favoris, ventes, revenus, mots clés utilisés par les acheteurs dans la recherche ayant mené vers votre boutique, source de trafic Un onglet Carte vous permet de voir d'où vient vos visiteurs et clients.

Votre facture

C'est ici que vous pourrez payer les frais Etsy.

Vos préférences boutique

Préférences boutique
Infos et apparence
Paiement
A propos
Options

Dans **Infos et apparence**, vous pouvez notamment

- changer le nom de votre boutique (une seule fois)
- éditer votre titre de boutique
- ajouter une bannière
- ajouter les liens vers vos pages Facebook et Twitter
- Editer le message de bienvenue et le message envoyé automatiquement à toute personne faisant un achat dans votre boutique
- Compléter vos conditions générales de vente dans l'onglet éponyme,
- Ajouter des langues supplémentaires dans lesquelles vous souhaitez ajouter vos propres

traduction. Une fois une langue supplémentaire ajoutée, un onglet « Traductions » vous permettra d'éditer toutes les traductions (hormis les fiches produits, pour lesquelles les traductions sont gérées directement dans chaque fiche produit)

Dans **Païement**, vous pouvez éditer à tout moment les méthodes de paiement que vous acceptez

Dans **A propos**, vous pourrez configurer tous les éléments de votre page A propos : membres de la boutique, histoire, photos et vos éventuels prestataires vous aidant à fabriquer vos produits (plus d'infos à ce sujet ici : <https://www.etsy.com/manufacture>)

Dans **Options**, vous pourrez :

- activer la fonctionnalité vous permettant de réorganiser votre boutique, c'est à dire de changer l'ordre des fiches produit dans votre boutique,
- afficher le bouton « Passer une commande personnalisée » pour qu'il apparaisse dans votre boutique et vos fiches produit
- Proposer des surclassements de livraison comme une livraison expresse
- Activer ou non la traduction automatique de vos fiches produit pour celles que vous n'avez pas traduites vous-même.
- mettre votre boutique temporairement en pause dans l'onglet Mode Vacances
- connecter votre boutique à Google Analytics dans l'onglet Web Analytics

- Télécharger les données de votre boutique (au format CSV)
- Fermer votre boutique

Promouvoir votre boutique

Explorer la partie **Promouvoir** pour savoir comment

- utiliser notre offre de promotion payante des fiches produit
- activer la publication de vos fiches produit dans des comparateurs de prix
- créer des codes promo
- récupérer des bannières et widget (Etsy mini) pour votre site ou votre blog.

Ressources

Retrouvez ici les liens vers le Manuel du vendeur, le programme de protections des vendeurs Etsy, les applications Etsy, ...

A noter

Nous ajoutons régulièrement de nouvelles fonctionnalités. Votre interface peut donc être modifiée au fil du temps.

Si vous rencontrez le moindre problème, merci de contacter notre service support

<http://www.etsy.com/help/contact>

LEÇON 2 : PRENDRE DES PHOTOS ATTRAYANTES DE VOTRE ARTICLE

PRENEZ LE TEMPS DE LA REFLEXION

Prenez quelques minutes pour chercher sur Etsy les boutiques qui vous inspirent. Cela peut être des boutiques qui ont un look ou une ambiance qui vous attire, ou qui vendent des produits similaires aux vôtres. Dans les deux cas, essayez de choisir des boutiques qui ont reçu des commentaires favorables des acheteurs et de nombreuses ventes.

Pour chacune de ces boutiques modèles, répondez aux questions ci-dessous au sujet de leurs photographies. Tous les éléments ci-dessous ne s'appliquent pas forcément tous en même temps pour produire de superbes photos, mais cet exercice vous permettra de déterminer les façons dont vous pouvez améliorer votre propre travail.





EARTHCADETS

« Mes premières photos d'articles me fait toujours un peu sourire. Je savais à quel point une bonne photographie était importante, je n'étais simplement pas certaine de savoir comment m'y prendre. Après plusieurs heures d'essais, j'ai pu prendre de bonnes photos d'articles. »

Krissy

Krissy Callahan de Earth Cadets, <http://www.etsy.com/shop/earthcadets>

FICHE DE RECHERCHE PHOTO

1. Quels détails les photos montrent-elles ?

- | | |
|-------------------------------------|--|
| a. L'échelle de l'article | e. Les matériaux utilisés pour la fabrication de l'article |
| b. Sa couleur | f. Les variations possibles |
| c. La dimension de l'article | g. L'emballage de l'article |
| d. Le caractère unique de l'article | h. Le processus de fabrication de l'article |

2. Quels angles ont été utilisés ?

- | | |
|--|----------------|
| a. Gros plan | d. Vue de face |
| b. Éloigné | e. Vue de côté |
| c. Un mélange de gros plans et de plans éloignés | f. Vue du haut |

3. Quelle influence a l'éclairage sur la photo ?

- | | |
|-------------------------------|--|
| a. C'est lumineux et clair | c. L'éclairage permet de voir les détails de l'article |
| b. L'éclairage paraît naturel | d. L'éclairage est uniforme, il n'y a pas de taches brillantes ou de marques de flash. |

4. Les photos illustrent :

- | | |
|---|---|
| a. Les usages possibles de l'article | c. Pour quelle saison l'article est idéal |
| b. L'utilisateur potentiel de l'article | d. La vue d'ensemble de la marque |

5. L'article est présenté :

- | | |
|--------------------------------------|--|
| a. Seul, avec un fond de couleur uni | c. Sur ou avec un modèle |
| b. Aux côtés d'autres accessoires | d. Dans un environnement (par exemple un parc) |

AMELIORER VOS PHOTOS

Prendre des photos de vos articles peut être difficile. Heureusement, avec simplement quelques conseils, vous pouvez considérablement améliorer vos photos. Jetez un coup d'oeil à ces exemples avant et après de photographies d'articles.

Conseils pratiques pour l'amélioration des photos :

1. Utilisez des accessoires pour montrer le contexte et les utilisations possibles.
2. Utilisez différents angles pour montrer la profondeur et la taille du produit.

3. Optez pour un éclairage extérieur naturel et uniforme afin que vos photos n'aient pas la marque du flash.
4. Dévoilez les détails pertinents et clairs sur ce qui est à vendre.

Utilisez des arrière-plans simples qui mettent l'article en valeur.

Avec l'utilisation de la lumière naturelle et sans le flash, ces photos « après » du même article ont tous un éclairage uniforme et exposent des accessoires pour mettre l'article en contexte et préciser la dimension.

AVANT



APRÈS



Quelles mesures pouvez-vous prendre lors de votre prochaine séance photo pour améliorer vos photos d'articles et maximiser ce qu'elles communiquent à vos acheteurs ?

1.

2.

3.

VOTRE APPAREIL PHOTO : À FAIRE ET À NE PAS FAIRE

Que vous utilisiez un smartphones ou un reflex numérique plus élaboré, ces conseils de base vous aideront à photographier comme un professionnel.

1. N'utilisez jamais le flash. Le réglage du flash d'un appareil photo est idéal pour capturer une soirée avec des amis, mais quand il s'agit de photos de produits, il peut cependant faire la différence entre un acheteur et un visiteur. L'utilisation du flash crée des reflets peu attrayants qui distraient l'attention et qui masquent parfois les détails de l'article. Si vos photos sont trop sombres, essayez d'utiliser la meilleure source de lumière environnante : le soleil ! L'éclairage naturel est préférable, car il permet à votre appareil de faire ressortir les teintes naturelles de vos produits. Cela dit, il est préférable d'éviter la lumière directe du soleil, qui peut aussi être parfois trop forte. Lorsque vous mettez en place votre séance photo, choisissez un endroit près d'une fenêtre qui reçoit suffisamment de lumière ET une lumière uniforme. Ensuite, commencez à prendre ces photos !

2. Parlons stabilité ! L'utilisation d'un trépied ou d'autres moyens pour stabiliser votre appareil photo pendant que vous photographiez permettra de s'assurer que vos photos sont claires et bien composées. Un trépied – ou même une pile de livres

sur laquelle vous pourrez y appuyer un téléphone ou un appareil photo – est idéal pour tester différents angles et pour assurer un bon cadrage de votre photo.

Conseil de pro : Si vous photographiez plusieurs éléments, trouvez un angle que vous aimez et prenez le cliché de tous les produits avant de changer l'angle.

3. La fameuse mise au point. Les photos floues sont repoussantes pour les acheteurs et ne rendent pas justice à la qualité de votre travail. La plupart des appareils photo ont plusieurs modes de mise au point. Ouvrez votre manuel ou cherchez des tutoriels sur internet pour savoir comment régler le focus où vous le souhaitez. Si vous utilisez un réflex en mode manuel ou semi-manuel, faites également attention au couple vitesse/ouverture. Une grande ouverture créera de la profondeur de champ qui – si elle peut être esthétique et mettre en valeur votre produit en floutant l'avant et l'arrière-plan mettant ainsi l'accent sur votre création, peut nuire à votre image si le flou s'applique sur votre objet. Une vitesse trop lente quant à elle peut créer un flou de bougé. Essayez d'une façon générale de prendre plusieurs photos et d'ajuster vos réglages. Avec suffisamment de clichés, vous obtiendrez de superbes photos.

LEÇON 3 : CONCEVOIR UNE LIGNE DE PRODUITS VENDABLES

Offrir du choix et de la variété aux acheteurs renforce votre image de marque et encourage la fidélisation. Effectivement, les boutiques bien remplies connaissent un plus grand succès. Nicole Porter de Nicole Porter Designs a augmenté sa gamme de produits pour remplir sa boutique en offrant des couleurs supplémentaires, des ensembles d'articles, des pièces assorties, des choix de motifs, des options quant aux matériaux et des accessoires connexes.

Quelques conseils pour vous aider à remplir votre boutique :

1. Inspirez-vous de votre gamme de produits actuels et diversifiez les couleurs et les matériaux.
2. Montrez différents exemples pour les articles qui peuvent être personnalisés afin d'inspirer les futurs clients.
3. Proposez des lots qui forment des cadeaux cohérents en complément aux articles individuels.
4. Mettez en vente des échantillons (de tissu, ...) qui permettront à vos clients de repasser une commande plus importante plus tard.

5.



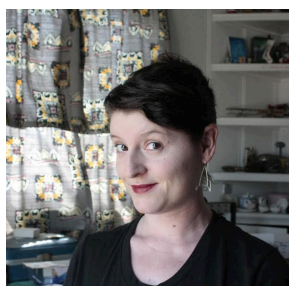
NICOLEPORTER
DESIGN

« Ma partie préférée de mon processus de création est ma disposition à l'échec. Pour chaque bonne idée, j'en ai au moins trois horribles. J'aime travailler avec de nouveaux matériaux et remuer de vieilles idées pour en faire quelque chose de nouveau. »

Nicole

Nicole Porter de Nicole Porter Design, www.etsy.com/nicoleporterdesign

LEÇON 4 : UTILISER DES MOTS-CLÉS POUR QUE LES ACHETEURS VOUS TROUVENT



SATURN5STUDIO

« Après quelques mois, si je vois que personne ne cherche le terme « fusée atomique », je décide d'utiliser autre chose. Les mots-clés sont un processus constant d'expérimentation. »

Erin

Erin Proctor de Saturn 5 Studio, www.etsy.com/shop/saturn5studio

Pensez à votre dernier achat en ligne. Comment l'avez-vous cherché ? Sur un moteur de recherche ?

Quand les gens achètent en ligne, ils utilisent des mots descriptifs pour trouver ce qu'ils recherchent, comme « petite lampe de table verte ». Un choix réfléchi sur quels mots-clés et quels tags employer aidera énormément les clients potentiels à trouver vos produits.

L'utilisation de mots dans vos tags, les titres et les descriptions des éléments qui correspondent à ce que les clients recherchent est une manière intelligente d'améliorer l'accès à votre boutique pour les acheteurs et permet de guider ceux qui sont à la recherche d'exactly ce que vous faites. C'est ce que nous appelons des « mots-clés ».

COMMENCEZ PAR UNE SÉANCE DE BRAINSTORMING

Utilisez les exercices ci-dessous pour réfléchir à des mots-clés pour l'un des articles de votre boutique. Utilisez autant de mots descriptifs que possible et n'hésitez pas à écrire plusieurs mots pour répondre à chaque question. Pensez également à faire l'exercice en anglais !

Conseil de pro : Si vous rencontrez des difficultés à trouver des termes descriptifs en anglais, passez provisoirement vos préférences de langue sur anglais et commencez à taper l'un de vos mots-clés dans la barre de recherche d'Etsy : des termes couramment recherchés qui pourrait être pertinent pour votre article vous seront proposés.

En seulement un ou deux mots, répondez à ces questions concernant votre produit pour constituer votre propre liste de mots-clés.

Qu'est-ce que c'est ?	Quelle est votre clientèle cible ?
De quoi est-il fait ?	Quel est le principal matériau ?
Quelle est sa couleur ?	Où l'article sera-t-il utilisé ?
De quel style est-ce ?	L'article contient-il des images ou des motifs ?
Quelle technique avez-vous utilisée pour le fabriquer ?	Pour quelle occasion est-il fait ?
De quelle époque est-il ?	Quels synonymes pourraient être utilisés pour le décrire ?
Quelle est son odeur ou sa saveur ?	Quelles sont les dimensions de votre article ?
Quelle est la texture de l'article ?	

Les trois premiers mots de votre titre sont les plus déterminants dans les résultats de recherche. Prenez une minute pour vous pencher sur vos réponses aux questions ci-dessus et encerclez les trois mots que vous jugez les plus importants pour vous aider à être trouvé.

.....

REDIGEZ VOTRE TITRE ET VOTRE DESCRIPTION

Maintenant que vous avez des mots-clés pertinents pour votre produit, vous pouvez commencer à les insérer dans votre titre et votre description de l'article. Les acheteurs peuvent voir seulement les premiers mots de votre titre d'article lorsqu'ils consultent les résultats de recherche. Il est donc important que le

titre explique clairement et précisément ce que sont vos articles.

Commencez votre titre d'article avec vos trois mots les plus importants, puis ajoutez quelques mots-clés de votre liste.



Exemple : « Robe cintrée à personnaliser (demoiselle d'honneur, robe d'été, robe de cocktail, témoin mariage...) » de www.etsy.com/shop/charlotteAuzou

Complétez pour votre article

.....

.....

.....

AJOUTEZ DES TAGS POUR ATTIRER LES ACHETEURS

Les « tags » sont tout simplement des mots-clés qui apparaissent au bas de chaque page d'une fiche produit. Ils contribuent à attirer les acheteurs vers vos articles par le biais des résultats de recherche. Il est important de prendre le temps et de faire des expériences avec les mots-clés que vous utilisez pour vos tags afin de déterminer ce qui fonctionne le mieux pour vos articles. Comme pour vos titres et descriptions, veillez à utiliser les trois mots-clés que vous avez identifiés comme les plus déterminants dans vos tags.

N'oubliez pas, « tagger » ses articles n'est pas une science exacte. En effet, il faut un peu d'expérimentation pour trouver les meilleurs mots pour décrire vos articles. Surveillez vos **Statistiques de boutique*** pour voir quels termes apportent le plus de trafic vers votre boutique, et essayez de retravailler les termes les moins efficaces.

Conseil de pro : Utilisez des expressions plutôt que des mots uniques. Par exemple, vous pouvez utiliser « sac à main » au lieu de « sac ». Cela aidera le public à trouver votre article s'ils recherchent l'un des deux mots, et parce que vous n'avez pas besoin de répéter deux fois un mot-clé, ce tag libérera un espace supplémentaire vous permettant d'ajouter un autre tag. *Ex : chambre d'enfant, boucles d'oreille, année 50, pochette ipad, ...*

Complétez pour votre article

.....
.....
.....
.....

*Les Statistiques de boutique sont un outil à la disposition de tous les vendeurs Etsy qui montrent à la fois le volume et les sources du trafic de vos articles et de votre boutique.

POURQUOI CES MOTS-CLÉS SONT-ILS SI IMPORTANTS ?

Sur Etsy, la plupart des acheteurs arrivent dans les boutiques via la recherche. Si la recherche Etsy n'arrive pas parmi les premières sources de trafic de votre boutique dans vos Statistiques, vous avez donc une marge de manœuvre considérable pour améliorer votre visibilité ! Et pour cela, vos tags et vos titres sont les facteurs les plus importants, puisque ce sont eux qui vont vous permettre d'apparaître dans les résultats de recherche.

Et bonne nouvelle : ce travail vous est également bénéfique pour être plus visible sur les moteurs de recherche tels que Google. Pour optimiser votre référencement, pensez à également inclure vos mots clés les plus importants dans les premières lignes de votre description !

A faire

- Utiliser les 13 tags disponibles
 - Répéter les mots-clés les plus importants pour votre titre de fiche produit dans vos titres, vos tags et le début de votre description
 - Utiliser des expressions et groupes de mots pour plus d'efficacité et de précision. Par exemple, « bague de fiançailles », plutôt que « bague » et « fiançailles » séparément
- Pensez couleurs, taille, texture, motif, utilité, audience, ...

A ne pas faire



- Ne pas utiliser les 13 tags : vous perdez autant d'occasion d'être trouvé ! Bref, vous vous tirez vous-même une balle dans le pied.
- Répéter le nom de vos catégories dans les tags : nous les ajoutons automatiquement au début, comme ici « bague »
- Mettre le pluriel et le singulier : le moteur d'Etsy est suffisamment intelligent pour savoir qu'il s'agit d'un même mot !
- Mélanger anglais et français dans le même tag : utilisez plutôt notre outil de traduction de votre boutique pour bénéficier de 13 tags en français et 13 tags en anglais (et dans les autres langues que vous aurez ajouté à votre boutique
- Utiliser des termes trop techniques qu'aucun acheteur ne tapera comme « dorure à chaud ».

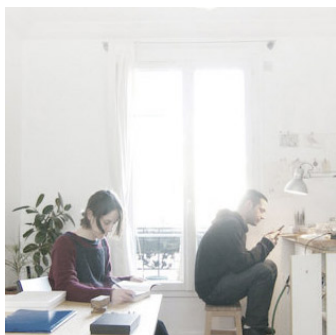
ECRIRE VOS DESCRIPTIONS D'ARTICLES

Utilisez l'exercice ci-dessous pour répondre aux questions essentielles de vos acheteurs et commencez à écrire vos descriptions d'articles. Pour rédiger vos descriptions, imaginez-vous répondre aux questions les plus fréquentes des acheteurs. Nous les avons listés page suivante pour vous aider.

QU'EST-CE QUE C'EST ?	<p>Votre article vous est évidemment familier, mais il se pourrait que ce ne soit pas le cas pour vos acheteurs.</p> <p><i>Astuce : utilisez des mots-clés dans votre première phrase pour améliorer les résultats de recherche (dans les moteurs de recherche comme Google)</i></p>
DE QUELLE COULEUR EST-IL ?	Énumérez toutes les options de couleurs disponibles si nécessaire.
QUELLES SONT LES DIMENSIONS EXACTES DE L'ARTICLE ?	<p>Les acheteurs ne veulent pas de deviner si une peinture ira parfaitement au-dessus de leur cheminée. Prenez une règle et mesurez vos articles, puis indiquez les dimensions exactes.</p> <p><i>Astuce : pensez à simplifier la vie de vos acheteurs internationaux en donnant les dimensions ou la taille dans le système qu'ils utilisent (inches, taille UK, US).</i></p>
OÙ A-T-IL ÉTÉ FABRIQUÉ ?	<p>Ajoutez quelques détails intéressants sur votre espace de travail.</p> <p><i>Astuce : les anglo-saxons aiment savoir si un article a été fait dans un atelier non-fumeur et sans animaux. Cela peut valoir le coup de le préciser.</i></p>
DE QUOI EST-IL FAIT ?	Décrivez brièvement les matériaux et techniques utilisés pour créer votre article. Ne rentrez pas forcément dans tous les détails mais pensez à ajouter tout ce qui donne de la valeur à votre article.
COMMENT DOIT-IL ÊTRE ENTRETENU ?	Partagez les instructions pour le lavage, le séchage, le repassage et autres précautions à prendre quand on utilise votre article.
QUI DEVRAIT L'ACHETER ?	Aidez les acheteurs à imaginer votre article comme faisant partie de leur vie quotidienne en mentionnant votre public cible et à qui il peut être offert.
LA FABRICATION NÉCESSITE-T-ELLE UN TEMPS SUPPLÉMENTAIRE ?	<p>Expliquez si votre article est déjà fabriqué ou s'il sera produit sur demande.</p> <p><i>Astuce : assurez-vous de prévoir du temps supplémentaire (même s'il ne s'agit que d'un ou deux jours pour être sur de tenir vos délais).</i></p>
EST-IL APPROPRIÉ POUR UN CADEAU ?	Si l'emballage convient pour un cadeau ou si vous ajoutez des notes personnalisées, n'oubliez pas de partager cette information.
QUEL EFFET PRODUIT-IL ?	La description sensorielle d'un article peut aider les acheteurs à comprendre sa texture.
COMMENT FONCTIONNE-T-IL ?	Assurez-vous d'expliquer son fonctionnement, peu importe si c'est un chandail. Se noue sur le côté ou faut-il le boutonner? Même si cela vous paraît évident, expliquez le.
EN QUOI VOTRE PRODUIT SE DISTINGUE-T-IL DES AUTRES ?	Expliquez en quoi le processus de création de l'article, vos matériaux, vos compétences particulières et l'équipement que vous utilisez fait de cet article un produit différent de ce qu'on trouve ailleurs.
QUE COMPREND-IL ?	Soyez précis ce que l'acheteur reçoit. Par exemple, si vous avez une photo qui comporte plus d'un collier, mais que votre fiche n'en concerne qu'un seul, assurez-vous que cette information est clairement indiquée. Idem pour les accessoires que

	vous avez ajouté à votre image.
CONVIENT-IL ?	Indiquez les mesures de toutes les parties, comme le cou, la taille, la longueur, etc.
ET S'IL NE CONVIENT PAS ?	Explicitez clairement votre politique d'échanges et qui paie pour les frais de livraison. Vous pouvez même ajouter un lien vers vos conditions générales de vente pour plus d'information.
EST-IL PRÊT À ÊTRE UTILISÉ ?	Si vous ne fournissez pas tout ce dont l'acheteur aura besoin pour utiliser l'article, assurez-vous de l'en informer (par exemple, le cadre est-il envoyé avec l'illustration ?).
VONT-ILS OBTENIR EXACTEMENT L'ARTICLE ILLUSTRÉ SUR LA PHOTO ?	Prenez soin de spécifier si l'article dans la photo n'est pas exactement celui que l'acheteur recevra, si vous utilisez un matériau ou une technique qui fait que chaque article est unique.
DÉGAGE-T-IL UNE ODEUR ?	Les articles vintage peuvent avoir une certaine odeur. Assurez-vous de l'expliquer à l'acheteur.
QUE PUIS-JE TROUVER D'AUTRES DANS CETTE BOUTIQUE ?	Proposer vous le même article dans d'autres couleurs, tailles ou matériaux ? Cet article peut-il être acheté avec un autre produit ? Pensez à l'indiquer et ajoutez des liens vers vos sections de produits ou des fiches produits en particulier pour inciter les ventes de plusieurs articles en même temps.

LEÇON 5 : VENDRE PARTOUT DANS LE MONDE



AGJC

« J'ai ouvert ma boutique en janvier 2011, c'est devenu mon travail à temps plein depuis 1 an. Jérôme travaille avec moi un jour par semaine. On vend beaucoup aux Etats-Unis, en Chine où notre marché se développe beaucoup, en Australie, au Royaume-Uni, dans les pays nordiques et en France. Etsy nous a permis d'être contacté par des boutiques du monde entier, dont une qui nous passe de belles commandes régulièrement. »
Fernanda

<http://www.etsy.com/shop/agjc>

Etsy est présent partout dans le monde et nous enregistrons des transactions dans plus de 200 pays ! Pour vous qui lancez votre boutique, c'est une opportunité importante : non seulement vous pouvez

vendre vos articles aux 4 coins de la planète, mais de plus, des boutiques, des journalistes internationaux peuvent découvrir vos articles sur Etsy !

Voici quelques astuces pour être visible partout dans le monde !

TRADUISEZ VOTRE BOUTIQUE

Vous pouvez proposer votre boutique dans de nombreuses langues. Si vous ne deviez en choisir qu'une, optez pour l'anglais.

Comment faire ?

Vous devez tout d'abord activer la ou les langues supplémentaire que vous voulez ajouter en allant dans le menu "Votre boutique > Infos & apparence > Langues."

Une fois activée, vous pouvez traduire manuellement votre boutique dans ces ou cette langue.

Vous pouvez traduire les informations de votre boutique (titre, message de bienvenue, conditions générales de vente, message aux acheteurs, mode vacances) dans l'onglet « Traductions » de la même page.

Pour traduire vos titres, tags et descriptions d'articles, allez dans la fiche produit à traduire. Pour savoir comment faire, rendez-vous ici : etsy.me/traduction-boutique

LIVREZ A L'INTERNATIONAL

Seuls les articles pouvant être livrés dans un pays sont visibles par les utilisateurs de ce pays dans la recherche. Ainsi, si vous ne livrez pas aux Etats-Unis, les acheteurs américains ne verront pas vos produits apparaître dans leurs résultats de recherche.

A savoir : les pays qui comptent le plus d'achat sont : l'Allemagne, l'Australie, le Canada, l'Espagne, les Etats-Unis, la France, l'Italie, la Norvège, les Pays-Bas et le Royaume-Uni.

La France est le pays non anglophone où il y a le plus de ventes.

Conseil de pro :

- Si vous vendez souvent le même type d'articles, utilisez les profils de livraison afin d'appliquer un même tarif à plusieurs produits.
- Téléchargez les tarifs de la Poste et étudiez les différentes offres : paquet prioritaire international, colissimo international, lettre, stickers Export suivi, ...

- Renseignez vous sur les formalités douanières. Il suffit souvent de remplir un formulaire très simple à la poste pour être en règle.
- Proposez des options de suivi, d'assurance et de livraison express en option. Souvent très cher pour l'étranger, vous pouvez cependant les proposer en options. A noter : le sticker Export Suivi propose un numéro de suivi à moindre frais pour certains pays mais ne constitue pas une preuve d'envoi et ne comprend pas d'assurance.
- Renseignez-vous sur les délais moyens de livraison pour l'étranger et indiquez les à votre acheteur. Vous trouverez ces informations dans la partie « Informations pays » du site de La Poste.
- Notifiez votre acheteur de l'envoi de sa commande et enregistrez vos messages type pour ne pas perdre du temps !

FACILITEZ LA VIE DE VOS ACHETEURS ETRANGERS

Les acheteurs n'aiment pas devoir calculer eux-même si une paire de chaussures leur ira ou si un tableau rentrera dans l'espace où ils ont prévu de l'accrocher. Simplifiez leur la vie en indiquant les dimensions de votre articles en inches (et pas uniquement en cm), en

donnant la conversion en taille anglais et américaine pour les vêtements et les chaussures.

Vous trouverez ci-dessous des indications utiles pour convertir vos tailles et dimensions aux formats américains, mais une petite recherche sur internet

vous permettra de trouver facilement des informations supplémentaires sur les

correspondances de tailles d'autres pays.

Centimètres / inches

Centimètre	Inch
1 cm	0,39 inch
2,54 cm	1 inch
91,4 cm	36 inches

Kilogrammes et grammes / Pounds and ounces

Grammes (g)	Kilos (kg)	Ounces (oz)	Pounds (lb)
1	0,001	0.035	0.002
28,3	0,028	1	0.062
450	0,45	16	1
1000	1	35.3	2.20

Vêtements

Pour femmes

France	US
34	02/XS
36	04/S
38	06/S
40	08/M
42	10/L
44	12/L
46	14/XL
48	16/XXL

Pour hommes

France	US
38-40	XS
42	S
44	S
46	M
48	M
50	L
52	L
54	XL
56	XL
58	XXL
60	XXL

LEÇON 6 : FAITES CONNAITRE VOTRE BOUTIQUE

Etsy est une plateforme de vente qui attire naturellement beaucoup d'acheteurs mais les boutiques les plus populaires n'attendent pas qu'on tombe sur leurs produits « par hasard » : elles développent leurs propres stratégies de communication et de marketing pour assurer un bon trafic à leur boutique.

Les plates-formes de médias sociaux comme Facebook, Instagram et Pinterest offrent de grandes opportunités pour les entreprises de toutes tailles de se connecter avec des acheteurs et d'accroître leur visibilité en utilisant le marketing expérientiel. Le but du marketing expérientiel est d'amener les acheteurs

potentiels dans une conversation en fournissant l'inspiration et en les invitant à avoir une relation plus personnelle avec une entreprise et sa marque. Considérez cela comme un dialogue plutôt qu'une publicité.

Travaux pratiques

Pendant une semaine, suivez les grandes lignes du contenu ci-dessous pour voir comment il est facile et précieux de se construire une présence cohérente pour votre boutique sur les médias sociaux.

Amusez-vous, et n'oubliez pas : tout le monde aime les photos !

STYLE DE BILLET	OBJECTIF	CHOISISSEZ UNE CHOSE À PARTAGER
DANS LES COULISSES	Exprimez votre humanité et montrez que-vous êtes personnellement à la disposition des acheteurs potentiels. Faites preuve de transparence au sujet de votre boutique et de vos pratiques. Offrez un sens plus large du style de votre boutique Montrez votre investissement dans votre travail	<ul style="list-style-type: none">• Un produit en cours de fabrication• Une photo de votre espace de travail• Une photo de vous en train de construire ou de travailler avec vos produits• Vos fournitures d'expédition ou vos étiquettes de marque
PARTAGE D'INSPIRATION	Donnez une image forte de votre identité en dehors de votre travail Attirez les acheteurs potentiels qui partagent les mêmes intérêts Encouragez le partage de l'information Montrez votre intérêt dans la communauté artistique et artisanale	<ul style="list-style-type: none">• Une photo de quelqu'un que vous admirez• Un autre billet de quelqu'un que vous admirez• Un lien vers le produit ou une œuvre d'art d'une autre personne que vous aimez• Un blogue que vous suivez• Une citation de motivation• La musique que vous écoutez pendant que vous travaillez• Des ressources professionnelles que vous jugez utiles

PROMOTION DE VOTRE BOUTIQUE	Partagez votre travail ! Encouragez les gens à visiter votre atelier Célébrez vos étapes importantes Sollicitez les commentaires sur vos produits	<ul style="list-style-type: none"> • Une photo de votre plus récent article que vous avez mis en vente • Vos fiches produits les plus populaires • Un article que quelqu'un a mis dans ses favoris • Un lien vers votre boutique, demandant aux gens de voter pour l'article qu'ils préfèrent en l'ajoutant dans leurs favoris. • Une demande de suggestions pour améliorer l'une de vos fiches favorites
BONUS : POSEZ DES QUESTIONS	Établissez un dialogue bidirectionnel entre vous et vos abonnés Inspirez-vous de votre réseau Maintenez l'intérêt du public Comprenez mieux les intérêts de vos visiteurs	<ul style="list-style-type: none"> • Quel artiste ou quel créateur vous inspire le plus ? • Quel genre de musique vous a fait planer dernièrement? • Quels blogues ou quelles pages suivez-vous ?

PLANIFIER ET FAIRE LE SUIVI DE LA PORTÉE DE VOS MÉDIAS SOCIAUX

Consultez votre calendrier au courant de la semaine prochaine et choisissez trois moments où vous pourrez vous consacrer à la promotion. En utilisant les idées que vous avez sélectionnées ci-dessus, faites un plan de vos publications pour la semaine suivante.

Billet #	Jour	Heure	Résultats ?
Un			
Deux			
Trois			

Tout au long de la semaine, suivez l'évolution de trois facteurs. Tout d'abord, portez attention aux résultats – quels sont ceux qui obtiennent le plus de favoris ou de commentaires ? Cela vous donnera des indices sur les champs d'intérêt de vos visiteurs et sur ce qu'ils voudraient voir davantage. Deuxièmement, surveillez l'activité au sein de votre boutique dans les quelques

jours suivant une publication sur les médias sociaux. Avez-vous obtenu plus de visibilité ? Plus de favoris ? Les Statistiques de boutique vous aideront à suivre l'évolution de votre boutique.

Astuce:

Vos amis et votre famille veulent encourager votre travail et peuvent donner l'impulsion initiale dont votre boutique a besoin. Quelques achats et quelques commentaires positifs de la part de vos connaissances peuvent mettre en confiance les visiteurs qui découvrent votre boutique, ce qui par ailleurs les rend plus susceptibles d'acheter vos articles.

NE VOUS ARRÊTEZ PAS APRÈS UNE SEMAINE !

Poursuivez vos efforts sur les réseaux sociaux

La liste ci-dessus vous indique d'innombrables combinaisons à essayer et avec lesquelles vous pouvez vous amuser. Quoi qu'il en soit, l'essentiel est de publier régulièrement et de tenter d'impliquer vos abonnés plutôt que de faire de la publicité.

Diversifiez vos points de contact avec vos potentiels clients. Réfléchissez à quel endroit vous pourriez trouver des clients (magazines, sites internet, blogs, événements, lieux, ...) et à comment y faire parler de vous !

Vous trouverez de nombreux articles dans notre manuel du vendeur pour vous aider à :

- définir votre marché cible : <https://blog.etsy.com/fr/2014/trouver->

[votre-marche-cible/](#)

- contacter la presse : <http://blog.etsy.com/fr/communiquer-vers-la-presse>

- contacter les blogueurs : <https://blog.etsy.com/fr/2012/comment-se-faire-remarquer-dans-la-blogosphere/>

- mettre en place une newsletter :

<https://blog.etsy.com/fr/2013/comment-promouvoir-sa-boutique-avec-une-newsletter/>,

- utilisez les réseaux sociaux :

Facebook : <https://blog.etsy.com/fr/2011/facebook-les-conseils-des-vendeurs-etsy/>

Twitter : <https://blog.etsy.com/fr/2011/guide-twitter-les-conseils-des-vendeurs-etsy/>

Instagram : <https://blog.etsy.com/fr/2014/comment-promouvoir-votre-boutique-via-instagram/>

Pinterest : <https://blog.etsy.com/fr/2013/faites-connaître-votre-boutique-sur-pinterest/>

- fidéliser vos clients avec des codes promos :

<https://blog.etsy.com/fr/2013/fidéliser-vos-clients-avec-des-codes-promos/>

GUIDE DES RESSOURCES D'ETSY

Voici quatre façons d'obtenir de l'aide, des conseils et de l'inspiration quand vous en avez besoin ! Nous vous encourageons à faire tout ce qui suit :

- **Rejoignez une Team** ([etsy.me/teams](https://www.etsy.com/teams)) pour poser des questions et faire du réseautage avec d'autres vendeurs Etsy de votre région ou qui partagent vos centres d'intérêt et qui échangent des conseils et des meilleures pratiques quotidiennement. Utilisez le moteur de recherche pour trouver une Team qui vous correspond.
Vous trouverez ici une liste de teams francophones : <https://www.etsy.com/teams/8097/communaute-francaise-detsy/discuss/11672168/>
- **Abonnez-vous à la newsletter Success France** ([etsy.me/FRsuccess](https://www.etsy.com/FRsuccess)) pour recevoir des articles utiles, envoyés à votre boîte de réception deux fois par semaine.
Il existe également une version anglaise avec encore plus de conseils ([etsy.me/success](https://www.etsy.com/success))
- **Consultez le Manuel du vendeur** ([etsy.me/manuel](https://www.etsy.com/manuel)) pour les articles destinés à vous aider à résoudre des problèmes, à vous fixer des objectifs et à améliorer votre boutique. Ne manquez pas la section « *Quit Your Job Day* » pour des histoires de la vie réelle de vendeurs qui connaissent un succès.
- **Référez-vous à la FAQ** ([etsy.me/FAQ](https://www.etsy.com/FAQ)) quand vous avez des questions sur la façon de faire quelque chose dans votre boutique. Ces articles sont vos meilleurs alliés pour toutes les questions techniques que vous rencontrez.



LAKLAK PARIS

« Etsy, c'est avant tout une communauté. On ne se sent jamais seul, même si on est derrière son ordinateur, dans son petit atelier. Il y a de nombreuses Teams, j'ai la chance de faire partie de la Team Paris : on organise des rencontres, des salons, on échange des conseils. Ça permet d'avancer ! »

Sarah

<http://www.etsy.com/shop/laklakparis>