

Portail AchatVille

Accompagner au quotidien les commerçants de proximité et l'ensemble des réseaux de commerce



Achatville.com est un portail internet de commerçants français créé à l'initiative des Chambres de Commerce et d'Industrie. C'est la première plateforme française qui développe l'activité des commerçants en favorisant le cross canal.

Aujourd'hui, Achatville.com est un outil marketing de visibilité sur le web proposé aux commerçants pour leur permettre de s'approprier les modes de fonctionnement du e-commerce.

En 2000, la CCI de Grenoble met en place le dispositif AchatVille.com, aujourd'hui 46 CCI françaises sont adhérentes à ce réseau. Le portail concentre plus d'1 million de visiteurs uniques et répertorie 280 000 commerçants sur tout le territoire français. Les CCI font confiance à Eolas, son partenaire historique, expert dans le domaine de l'e business/ l'e commerce.

Le rôle de ce partenaire ? Apporter son expérience du web, sa vision, sa connaissance du marché... et proposer des innovations aux bénéficiaires des internautes permettant de faciliter leur recherche d'informations, leurs achats en ligne ou en magasin. Mais également aux bénéficiaires des commerçants pour développer leur activité et leur faciliter la prise en main d'Internet et de toutes ses facettes.

Moteur de recherche, réservation, géolocalisation - « système mis en place bien avant les Pages Jaunes », selon Philippe Moreau, président national du réseau AchatVille -, interface mobile qui verra le jour courant août... Telles sont les dernières évolutions en date du portail.

« Nous souhaitons permettre aux commerçants de profiter de toutes les opportunités d'Internet, notamment tirer bénéfice du comportement cross-canal des consommateurs, explique Agnès Simonnet, co-directrice du projet Achatville à B&D Eolas.

« Internet ne doit pas être considéré uniquement comme un canal supplémentaire de vente : il existe un lien très fort entre leur magasin physique, leur vitrine sur AchatVille et leur catalogue produits sur Internet. Un internaute peut très bien aller sur le site vitrine d'un commerçant et acheter dans le magasin physique ou inversement, acheter sur internet et faire un retrait en magasin par exemple.», ajoute-t-elle. "S'appuyer et favoriser ce comportement cross-canal est un véritable atout pour les commerçants, ils acquièrent de nouveaux clients et apportent de nouveaux services."

Ce portail territorial et également national apporte un trafic important aux commerçants. Ce trafic, d'autant plus riche que l'organisation territoriale est forte, s'appuie sur toutes les techniques de webmarketing du Net : référencement naturel, référencement payant, guides d'achat, réseaux sociaux

Une vraie valeur ajoutée dont ils ne pourraient pas bénéficier avec seulement un site isolé dans la galaxie Internet sauf à dépenser un budget de référencement et d'achat de clics important.

« Nous avons fait beaucoup d'efforts pour améliorer l'attractivité de notre service pour nos commerçants », déclare André Mounier, président de la CCI de Saint-Étienne/Montbrison. « Internet peut parfois paraître lointain, vague et peu pertinent pour nos petites entreprises alors qu'elles forment le tissu local de l'économie et de l'emploi. »

« On l'a imaginé comme un outil marketing, de visibilité. Mais c'est aussi un dispositif de formation des commerçants, pour qu'ils apprennent progressivement les modes de fonctionnement du webmarketing », précise Philippe Moreau.

Relations Presse

Isabelle Bigot

Agence Calliopé

17 rue Durantin

75018 Paris

France

T +33 (0) 1 42 54 47 63

M+33 (0) 6 16 06 91 23

isabelle@calliope-event.com



achatville.com

