

CHECKLIST

Les 5 grandes étapes pour mener à bien son projet MARKETPLACE

1. DÉFINIR SON POSITIONNEMENT

Avant de lancer votre projet, vous devez vous demander ce que votre marketplace va apporter au marché.

Le positionnement de votre marketplace est la base de toute stratégie marketing et constitue la raison pour laquelle vos clients consommeront votre produit ou votre service. Il sera également important de cibler des vendeurs correspondant à votre marché et de leur proposer une offre attractive.

Pour se faire il est important d'établir une étude de marché et benchmark de vos concurrents afin de définir votre SWOT et lancer sereinement votre place de marché.

2. CHOISIR LE BON BUSINESS MODEL

Le choix du mode de rémunération est une étape importante dans la création de votre marketplace. Également appelé modèle économique, le business model décrit précisément comment votre entreprise générera des profits.

Les modèles les plus courants chez les marketplaces :

- Commissions sur les transactions
- Abonnements
- Listing fee* : payer des frais ponctuels lors de la mise en vente d'un produit
- La publicité
- Le freemium**

Il est aussi important de relever que les marketplaces ne se limitent pas uniquement à un seul business model. Elles vont les mixer afin de trouver la configuration qui correspondra le mieux aux besoins de leurs clients et l'optimisation de leurs profits.

*Commission sur liste de produits

**Offre haut de gamme gratuite



4. DÉTERMINER LE SYSTÈME DE PAIEMENT

Le paiement sur une place de marché est une opération bancaire réglementée par le code Monétaire et Financier.

En effet, lors d'une transaction sur une place de marché, trois acteurs entrent en jeu : l'acheteur, le vendeur et la place de marché via l'opérateur de marketplace. La place de marché perçoit ainsi des fonds pour le compte des différents vendeurs, on parle d'encaissement pour compte de tiers

Plusieurs options s'offrent à la place de marché :

1. **Être agréé établissement de paiement** par l'**ACPR***. La demande fait l'objet d'une procédure complexe. Pour obtenir cet agrément, la marketplace doit notamment disposer de ressources internes nécessaires à la gestion du paiement, c'est pourquoi cette option est généralement réservée aux grandes structures.
2. **Être exceptée d'agrément**. Lorsque la place de marché vise une activité réduite (CA inférieur à 1 million d'euros et catalogue réduit ou zone de e-chalandise limitée), l'opérateur à la possibilité de demander une exemption lui permettant de fournir un service de paiement sans agrément.
3. Si la place de marché ne bénéficie pas d'un agrément de l'ACPR ou d'une exemption d'agrément, cette activité doit être effectuée par un prestataire de paiement externe possédant un agrément d'établissement de paiement comme **Paysurf**.

Cette dernière option est choisie par la majorité des plateformes. Véritable partenaire de confiance, avant de lancer votre activité il est important de réfléchir au prestataire de paiement qui correspondra le mieux à votre activité.

*Autorité de contrôle prudentiel et de résolution



3. CHOISIR UNE SOLUTION TECHNOLOGIQUE ADAPTÉE

Plus complexe qu'un site e-commerce classique, la construction d'une marketplace demande un certain savoir-faire.

La première solution qui s'offre à vous est de s'adresser à des éditeurs de logiciels de marketplace.

Ces éditeurs se divisent en 2 catégories :

- **Les éditeurs spécialisés** : ce sont des acteurs comme **Wizaplace**, **Origami Marketplace**, Cocolabs ou encore Mirakl qui proposent des solutions pour construire et gérer des marketplaces
- **Les éditeurs e-commerce + module marketplace** : il s'agit de logiciels permettant de concevoir ainsi que de gérer des sites e-commerces. Grâce aux plugins*, éditer un logiciel de marketplace devient possible

Solution alternative : Vous pouvez aussi passer par une agence web comme **Wiiv** qui développera votre plateforme from « scratch »**

Chaque éditeur propose des fonctionnalités différentes, adaptées à chaque besoin. Le choix dépendra de votre budget et de l'éditeur correspondant au mieux à vos objectifs.



*module d'extension
**de zéro

5. AVOIR UN SERVICE LOGISTIQUE ADAPTÉ

Avoir un service logistique adapté est essentiel pour répondre aux exigences du e-commerce.

Aujourd'hui pour **62%** des clients, la livraison est le critère le plus important lors d'un achat (FEVAD). Réfléchir à une logistique optimale dans la gestion des commandes, des retours et des livraisons est donc fortement recommandée avant de lancer son activité.

Pour cela vous pouvez faire appel à des prestataires adaptés à votre activité, il en existe de nombreux notamment concernant la partie livraison comme La Poste, Mondial Relay, Relay Colis ou encore Chronopost.