

L'épicerie en ligne, le nouvel adage des sites e-Commerce chinois

Author : olivier-verot



La nouvelle tendance du e-commerce chinois, l'épicerie fine en ligne.

L'épicerie en ligne en Chine

Selon un récent sondage, près de 50% des répondants ont déjà acheté en ligne de l'épicerie. Contre 25% au niveau mondial (hors Chine). Mais, l'avenir des nouvelles technologies va façonner une nouvelle façon de consommer des ventes aux détails. Les achats en ligne ont un certain avantage, mais les supermarchés, magasins physiques sont encore solide, car selon un autre sondage (majoritairement chinoise), les consommateurs aiment aller faire leurs courses car c'est une expérience agréable et encourageante. Et un plaisir pour toute la famille d'aller à l'épicerie.

Quelques étapes importantes pour les grossistes vendant en ligne, ils doivent engager le consommateur dès le début de la visite d'un produit (créer une liste d'achat, une vérification de prix, une recherche des produits, la visualisation du produit, le fait de pouvoir partager le produit en ligne sur les réseaux sociaux, pouvoir y mettre des commentaires avant l'achat final.

« L'ère du commerce connecté est ici, en Chine »

Brian Negley vice-président de Nielsen Chine a déclaré : « l'ère du commerce connecté est ici, les consommateurs ne font plus entièrement leurs achats en ligne ou dehors, mais utilisent les deux canaux, une approche mixte pour convenir à leurs besoins. Les détaillants et les fabricants les plus prospères seront à l'intersection des mondes physiques et virtuels, misant sur la technologie pour satisfaire les acheteurs ».

La tendance pour les produits frais et [le bio augmentent](#) avec la multiplication des crises agro-alimentaires.

La Chine le nouvel eldorado de l'épicerie en ligne

Les géants du e-commerce, se sont lancés dans cette brèche de l'épicerie en ligne, avec en tête Alibaba group (Tmall, Alibaba.com, Taobao), Amazon loin derrière essaye de gratter des parts de marchés. Selon le directeur de marketing Mintel pour l'Asie-Pacifique « Depuis des générations aux Etats-Unis il y a une culture, une conduite pour les achats, contrairement en Chine où les gens sont habitués à une constante, des changements rapides, et vous avez une population très dense de sorte qu'il est plus facile de vendre des choses à des gens ».

[Carrefour](#), Walmart et les autres compagnies physiques ont une croissance lente voir négative selon un rapport même si depuis peut ses enseignes se lance dans la vente en ligne.

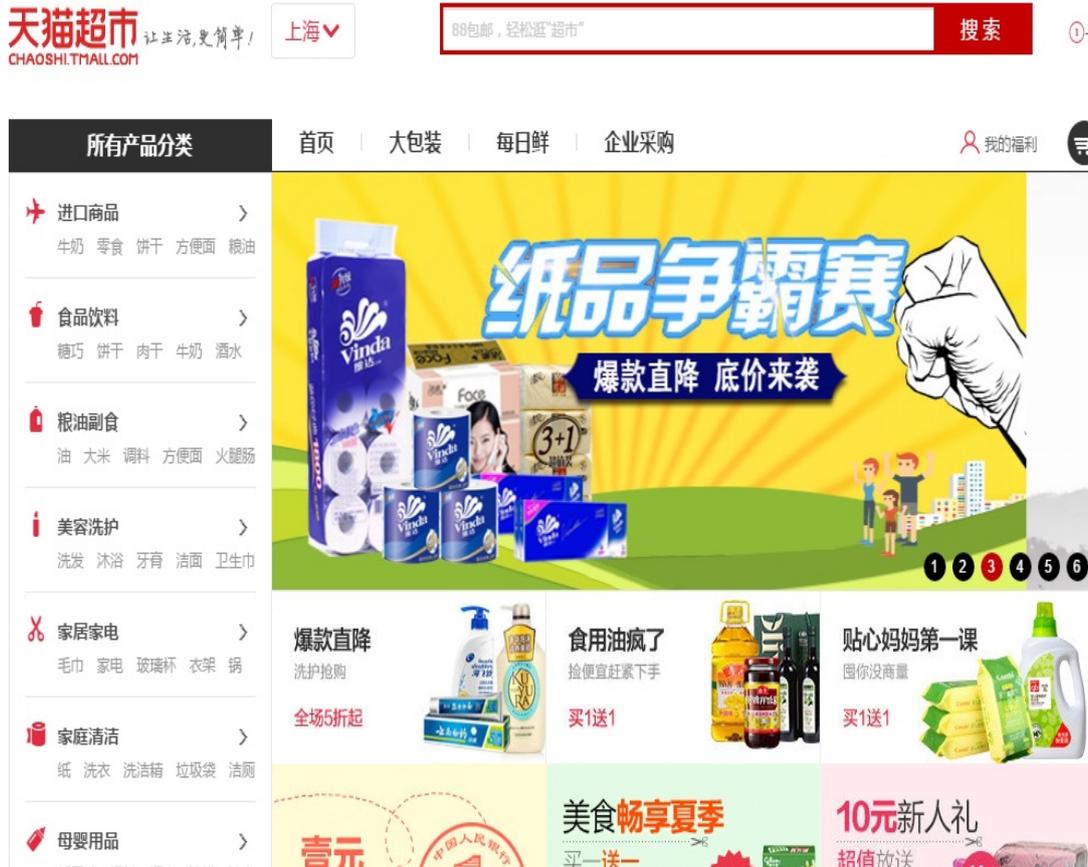


Alibaba le groupe leader

Sans contestation, Alibaba group est le leader dans le domaine de l'épicerie en ligne le B2C. Avec ses sites (Tmall & Taobao) il a quasiment le monopole de ce nouveau marché. Il a ouvert récemment d'autres entrepôts Caniao (entreprise logistique filiale d'Alibaba) dans des villes de seconde et troisième zone, afin de livrer au plus grands nombres et le plus rapidement les chinois même dans les zones les plus reculés. Déjà présent dans 250 milles à travers 25 provinces.

La société comme Tmall prévoit également de relever le défi de livrer du frais le plus rapidement possible. L'ouverture de trois centres de frais ont ouvert à Pékin, Shanghai et Guangzhou.

Le site <https://chaoshi.tmall.com/>



Alibaba va également investir dans la vente de vin en Chine [source](#) et projette de devenir un grand leader dans ce domaine. (ça promet)

Conclusion

La Chine est un pays en perpétuel changement, les consommateurs aiment changer, et pour réussir, il faut s'adapter au changement rapide des consommateurs. Une marque se doit de connaître correctement le marché chinois. Certaines [agences spécialisées](#) peuvent vous aider à faire du référencement, du PR (Relations publiques), de la publicité sur les réseaux sociaux, vous donner des conseils en marketing afin que vous puissiez percer le marché chinois.

Lire aussi :

- [Le Brand ambassadeur en Chine](#)
- [Le shopping online en Chine](#)