

LES 6 CLÉS DU SUCCÈS POUR ABORDER LE MARCHÉ RUSSE GRÂCE AU DIGITAL

Evgeniya Goryachkina
Chef de Projet, société EXPORT'EASE



Le monde du commerce international est actuellement en pleine mutation grâce aux opportunités offertes par le développement technologique dans la transmission d'informations. Bien qu'Internet existe depuis plus de 20 ans, nos utilisations en termes d'échanges cross-border sont relativement récentes et restent

souvent réservées aux grandes entreprises internationales. Néanmoins, de plus en plus de PME françaises se voient emprunter ce chemin pour réussir leur internationalisation sans forcément passer par la voie classique de distribution physique via un importateur local. La présence de gros acteurs comme Amazon, Alibaba, ou encore eBay est souvent une solution à des problématiques logistiques et marketing et une porte d'entrée sur un marché concret.

Le marché russe, étant historiquement soumis à différentes fluctuations et crises cycliques dues à la conjoncture économique du pays, reste attractif pour les PME françaises. Export'ease est spécialisée dans l'accompagnement commercial et marketing sur ce marché depuis 12 ans. Nous observons certaines tendances à prendre en compte pour faire des affaires en Russie.

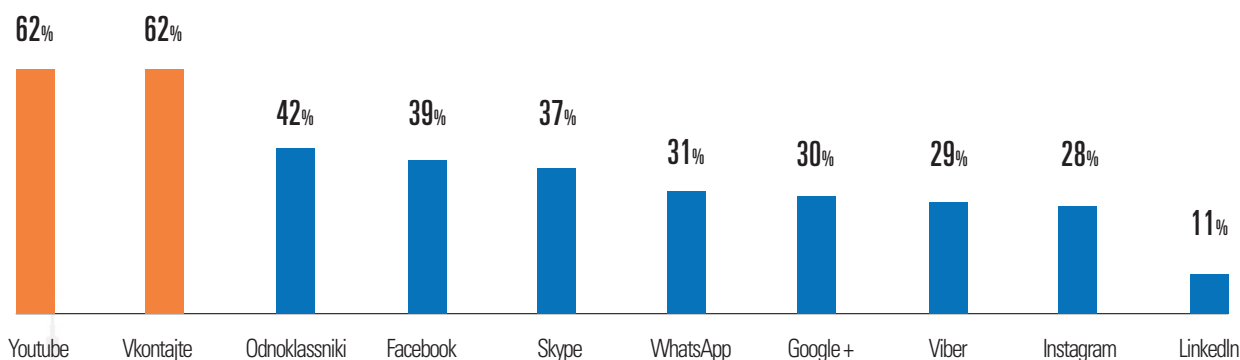
Le marché russe est très protectionniste, mais toujours intéressé par les produits étrangers et notamment français. Il s'agit ici de trouver de nouveaux accès et de nouvelles associations qui permettrait d'ouvrir les portes. D'après le rapport de « Ecommerce Foundation », la Russie fait

partie de 10 premiers pays en termes de volume de ventes en ligne dans le domaine du B2C avec une pénétration d'Internet de plus de 50%.

La Russie est le 4^{ème} marché européen de e-commerce après la Grande Bretagne, la France et l'Allemagne. Son chiffre d'affaires a atteint en 2015 environ 23 milliards de dollars et continue à croître. Parmi 85,8 millions d'internautes russes, 30 millions sont des acheteurs on-line actifs (50 millions en 2016) avec un panier moyen de 760 dollars par personne en 2015. Les secteurs les plus populaires auprès des e-acheteurs concernent les vêtements, l'IT, les chaussures, le lifestyle, les médias et télécom, la maison et le jardin, la santé et les produits de beauté.

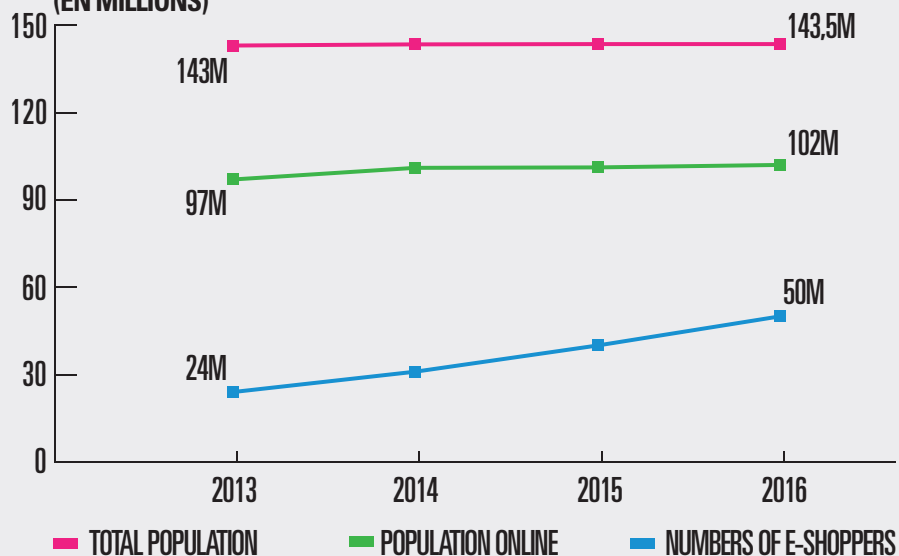
En 2015, 30% de la population a effectué son achat au moins une fois sur un site étranger. Le « Ecommerce Foundation » parle d'une augmentation de 73% des achats cross-border des internautes russes. C'est une tendance importante à prendre en compte quand on estime le volume du marché de e-commerce en Russie et les opportunités d'affaires qu'il représente.

FACEBOOK & VKONTAKTE LEADER DES RESEAUX SOCIAUX EN RUSSIE



50% DE LA POPULATION RUSSE ACHÈTE EN LIGNE

(EN MILLIONS)



Construisez une véritable stratégie digitale en amont du lancement de votre projet de développement en Russie et traduisez-la en plan d'actions clair, précis et bien défini dans le temps.

Les outils digitaux sont au service des entreprises à toutes les étapes de leur internationalisation. Export'ease a accompagné le groupe Gérard Perrier Industrie dans le recrutement de personnel - développeur informatique dans le domaine agro-alimentaire en Ukraine et en Russie. L'offre d'emploi a été traduite en Russe et mise en ligne sur les réseaux sociaux locaux et internationaux, ainsi que sur les sites spécialisés de recrutement dans le domaine informatique. Une fois les candidatures collectées, nous avons présélectionné les personnes correspondant à l'ensemble des critères requis pour le poste et avons assuré les premiers entretiens d'embauche via Skype. Après un entretien en face-à-face, une personne de profil parfaitement adapté au poste a pu être recrutée. Dans ce cas le processus de recrutement a été accéléré et facilité grâce à la maîtrise des différents outils de communication digitale.

Assurez-vous au préalable de bien comprendre le comportement d'achat des Russes en ligne, à savoir quel est leur parcours d'achat on-line/off-line (sur Internet/ en boutique).

Soyez vigilants à la législation et aux tendances protectionnistes : le stockage de données personnelles des Russes en dehors du territoire de la Russie est interdit. Cette pratique peut être sanctionnée. L'histoire de LinkedIn en est une preuve la plus parlante.

Travaillez votre référencement naturel en langue russe. Votre référencement sur Google est important, mais Google Chrome n'est utilisé qu'à 52,4% en 2017, 13% restant la part du moteur de recherche russe - Yandex.

Entourez-vous des partenaires, tels que les marketplaces russes (Aliexpress.ru, Ozon.ru, Eldorado.ru, etc.) ou les bloggeurs influents sur les réseaux sociaux. Ils maîtrisent les bonnes pratiques du marché et connaissent leur cibles acheteurs.

N'oubliez pas d'assurer votre présence sur les réseaux sociaux. Parmi eux, Youtube et Vkontakte (le réseau social russe) restent les plus utilisés (62%), Facebook arrive en 4ème position (39%), Instagram - en 9ème (28%). Créer sa communauté autour d'une image de marque est indispensable. Les internautes russes sont à la recherche de produits naturels, de fabrication artisanale, d'une marque qui raconte une histoire, qui donne du sens à un acte d'achat dans les domaines de cosmétique, bijoux, décoration d'intérieur, notamment. Il s'agit de créer une véritable expérience utilisateur.

INTERNET BROWSERS : MOBILE

