

FICHE PRATIQUE : PREMIERS PAS DANS LA VENTE EN LIGNE

De plus en plus de consommateurs souhaitent acheter des produits ou services en ligne. Voici quelques recommandations pour vous guider dans la mise en place d'une activité de vente en ligne.



QUESTION



EXPLICATION



Est-ce que je dispose des autorisations nécessaires ?

Pour exercer une activité de vente en ligne, vous avez besoin des mêmes autorisations que pour un magasin traditionnel. Vous devez en outre vous inscrire au registre de commerce, demander un numéro de TVA et payer des impôts, cotisations sociales et une cotisation auprès de votre chambre professionnelle.



À partir de quand dois-je payer la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ?

Vous ne devez pas payer de TVA si votre chiffre d'affaire annuel ne dépasse pas 30.000 €. Le cas échéant, vous devez émettre vos factures sans TVA en mentionnant ce fait sur la facture. Si jamais votre chiffre d'affaire dépasse les 30.000 € à la fin de l'année, vous devez rétrospectivement payer l'intégralité de la TVA, y compris pour les ventes pour lesquelles vous n'avez pas facturé de TVA à vos clients. Dans les deux cas vous devez faire une déclaration d'impôts.

Si vous souhaitez utiliser des services de paiement en ligne comme SIX ou DigiCash, un numéro de TVA est indispensable. Cela s'applique également si vous proposez vos produits ou services à d'autres entreprises (Business to Business).



Est-ce que je peux vendre mes produits depuis mon domicile ?

Si vous désirez travailler depuis votre domicile, l'obtention d'une permission de la commune est indispensable. En tant que locataire, vous devez également obtenir la permission du bailleur. Si vous avez acheté le logement sous le «Béllegen Akt», vous devez rembourser le crédit si vous y exercez une activité commerciale au cours des premières années.



Par quels canaux puis-je vendre mes produits ?

Les possibilités sont énormes – vous pouvez utiliser des plateformes nationales comme Letzshop, des plateformes internationales comme Amazon ou Ebay ou, si vous souhaitez créer votre propre site de vente en ligne, des systèmes modulaires. Une autre possibilité est la conception d'une plateforme en ligne à l'aide d'une agence publicitaire ou de communication. Cette option est surtout intéressante si vous vendez des services ou des produits qui sont configurables en ligne, comme par exemple des étagères. Avant de faire votre choix quant au partenaire ou type de plateforme, il est important que vous vous informiez sur les conditions de vente ainsi que les fonctionnalités et les services des différents prestataires.



Quelle est la procédure de paiement ?

Après qu'un client a choisi un produit ou service et qu'il a renseigné ses données personnelles, il sera redirigé vers un nouveau site pour le paiement. Le système de paiement utilisé pour effectuer la transaction est mis à disposition par un prestataire externe. Choisissez minutieusement votre service de paiement. Assurez-vous que le prestataire est agréé au Luxembourg, que vous comprenez les conditions de paiement et que les coûts engendrés sont abordables.



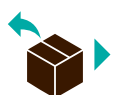
Comment faire parvenir vos produits chez le client ?

Avant de lancer votre site de vente en ligne, pensez à planifier l'emballage et l'envoi des produits vendus. Il est recommandable de travailler avec un prestataire logistique et de vous informer sur ses frais et délais de livraison. Enfin, il vous reste à décider si vous voulez porter les coûts d'emballage et d'envoi ou si vous préférez les facturer aux clients.





QUESTION



Les clients ont-ils un droit de retour ?



Quelles sont les mesures à prendre au niveau du règlement général sur la protection des données (RGPD) ?



Mon site internet doit-il contenir des conditions générales de ventes ?



Quels sont les autres points d'attention au sujet de la vente en ligne ?



EXPLICATION

Dans l'UE, si un client a acheté un produit ou un service en ligne ou à distance (par téléphone, par correspondance ou auprès d'un démarcheur à domicile), il a le droit d'annuler et de retourner sa commande dans un délai de 14 jours, quel que soit le motif, et sans devoir se justifier. De plus, le vendeur doit réparer, remplacer, rembourser ou accorder un rabais si un produit se révèle défectueux, ne fonctionne pas ou ne correspond pas à sa description.

En concordance avec la législation sur la protection du consommateur dans l'UE, les clients ont toujours droit, gratuitement, à une garantie minimale de deux ans, qu'ils aient fait leurs achats en ligne, dans un magasin ou par correspondance.

Afin d'être conforme au RGPD, vous devez :

- vous assurer que votre site internet contient une déclaration de confidentialité qui est conforme à la loi ;
- demander uniquement les données indispensables pour effectuer la vente ;
- transmettre votre site internet par une connexion cryptée (cryptage SSL) ;
- demander l'accord des clients si vous souhaitez utiliser des cookies ;
- documenter vos processus de traitement des données dans un registre afin de prouver votre conformité à la loi.

Les conditions générales de ventes sont des clauses qui définissent les droits et obligations des parties contractantes. Elles peuvent contenir des informations comme par exemple les données de contact du fournisseur, les délais de livraison, les conséquences possibles du non-respect des conditions générales, la possibilité de rétraction, d'un échange ou d'un remboursement. Elles sont fournies avant la vente par le vendeur et permettent au client de connaître les règles qui s'appliquent avant la conclusion du contrat. Le client doit avoir pris connaissance des conditions générales avant la finalisation du contrat et doit les accepter. Il est donc recommandé de demander l'accord explicite du client comme par exemple : « J'ai pris connaissance des conditions générales de vente et je les accepte ». Cependant, en tant que vendeur, mettre à disposition des conditions générales de ventes pour vos clients n'est pas une obligation. En leur absence, le droit contractuel européen s'applique.

LA VISIBILITÉ

Il est important que les clients puissent facilement vous trouver en ligne et que vous vous différenciez de vos concurrents. C'est pourquoi il est recommandé d'avoir la plus grande présence en ligne possible, sur de nombreuses plateformes digitales (Google my Business, réseaux sociaux, sites sectoriels, etc.). De plus, vous devez vous assurer que votre site est bien référencé. Demandez à vos clients d'exprimer leurs expériences sur votre site internet ainsi que sur les pages de vos réseaux sociaux afin de mettre en avant votre entreprise.

LA RÉACTIVITÉ

Il est en outre important que vous puissiez livrer vos produits rapidement. Vous devez donc savoir à tout moment combien de produits vous avez encore en stock et, en conséquence, combien vous pouvez vendre. Une gestion digitale du stock peut vous aider dans la gestion quotidienne. Si vous fabriquez vos produits sur commande ou si vous êtes confrontés à des délais de livraison particulièrement longs, il est recommandé d'en informer le client avant l'achat.

LA COMPÉTITIVITÉ

L'internet offre à vos clients la possibilité de comparer facilement et rapidement vos produits avec des produits similaires ou identiques proposés par vos concurrents. C'est pourquoi il est important d'offrir vos produits à des prix compétitifs ou de vous différencier de vos concurrents, par exemple en proposant une livraison plus rapide ou un produit d'une meilleure qualité. Sinon, vous risquez de perdre des clients potentiels au profit de vos concurrents.