

# News Professions médicales

Juin 2015

## Ne ratez pas le train de l'e-commerce !

Nous sommes de plus en plus nombreux à effectuer des achats en ligne. L'année passée, les Belges ont acheté pour pas moins de 5,62 milliards d'euros sur Internet, soit une hausse de 15 % par rapport à 2013. Seule ombre au tableau : 42 % de ce montant ont été dépensés dans des boutiques en ligne étrangères. «Entreprendre en ligne » n'est donc pas encore ancré dans les habitudes en Belgique.

Les chiffres susmentionnés proviennent d'une récente étude réalisée par Comeos, la fédération belge du commerce et des services. Celle-ci montre clairement que le commerce électronique ne relève pas du simple effet de mode. De plus en plus de Belges achètent en ligne et ces achats se multiplient : 38 % d'entre eux font une acquisition sur le net tous les mois.

### Qu'achetons-nous ?

Le vif succès rencontré par la vente en ligne de vêtements, chaussures et livres est une évidence. Nous achetons aussi des produits de soin, du matériel informatique, des appareils électriques, des jouets, etc. Cela fait donc longtemps déjà qu'il ne s'agit plus uniquement d'achats particuliers et ponctuels tels qu'un voyage. Pratiquement tout est disponible en ligne et les produits que vous vendez ne font certainement pas exception.

### Combien dépensons-nous ?

En 2014, les Belges ont dépensé en moyenne 161 euros par mois sur Internet. C'est quelques euros de moins qu'en 2013, mais cet écart a été largement compensé par la hausse du nombre d'acheteurs en ligne en Belgique. Globalement, nous avons tout de même dépensé 5,62 milliards d'euros en ligne en 2014. Mais il y a un bémol : 42 % de ce montant, soit 2,4 milliards d'euros, ont alimenté les caisses de boutiques en ligne établies à l'étranger.

### Plus de boutiques en ligne

Afin d'enrayer cette tendance, et de conserver ces recettes en Belgique, il faut davantage de boutiques en ligne indigènes, afin que les Belges ne doivent plus chercher leur bonheur en dehors de nos frontières.

Les commerçants disposant d'un magasin physique sont idéalement positionnés pour ouvrir une boutique en ligne en complément. En effet, l'étude de Comeos révèle que la grande majorité des Belges effectuant des achats en ligne privilégient une e-boutique dont ils connaissent l'enseigne physique. Il n'est donc pas surprenant que de nombreux commerces classiques aient déjà franchi le pas de l'Internet ces dernières années.

### ➔ VIE PROFESSIONNELLE

Ne ratez pas le train de l'e-commerce ! p. 1

Ouvrez votre boutique en ligne avec l'aide de Belfius ! p. 2

Vous lancer en ligne en tant que médecin ? Attention au respect de la vie privée ! p. 5

Aidez les clients à vous trouver, grâce à Google My Business ! p. 7

Mollie : une solution de paiement extrêmement simple et complète ! p. 8

*« Pratiquement tout est disponible en ligne et les produits que vous vendez ne font certainement pas exception. »*

### Le commerce électronique belge en 2014 :

- 5,62 milliards d'euros de chiffre d'affaires (+15 % par rapport à 2013)
- 3,5 milliards de transactions (+16 % par rapport à 2013)
- 61 % de Belges ont déjà acheté en ligne



Mais des entrepreneurs qui se lancent peuvent eux aussi, avec un peu d'audace, combler le vide sur le marché. Le commerce électronique présente en effet suffisamment d'autres atouts permettant aux e-boutiques de se démarquer. Les Belges apprécient le shopping en ligne pour les principales raisons suivantes : les prix sont plus attractifs, les produits sont livrés à domicile, ils peuvent acheter à tout moment de la journée, l'offre est plus importante en ligne, etc.

C'est principalement l'Internet mobile qui a encore de beaux jours devant lui. D'après l'agence de communication numérique Wijs, depuis juillet 2014, un quart du trafic Internet total en Belgique a été généré par des appareils mobiles, ce qui représente une hausse de 30 % par rapport à 2013. Celle-ci va certainement se poursuivre puisque le marché belge pour ce type d'appareils est encore loin d'être saturé. Selon des chiffres de Google, 40 % des Belges possédaient un smartphone en 2014 et 31 %, une tablette.

### Perspectives de croissance !

Se lancer en ligne ne permet d'ailleurs pas uniquement de récupérer des recettes. L'ouverture d'une e-boutique offre également des perspectives de croissance pour votre commerce. Comeos estime en effet que la part du commerce électronique dans le chiffre d'affaires total du commerce en Belgique aura doublé d'ici 2018.

*« De plus en plus de Belges achètent en ligne, vous n'avez donc d'autre choix que de suivre la tendance. »*

### Conclusion

Les clients belges achètent de plus en plus en ligne, vous n'avez donc pas d'autre choix que de suivre la tendance et d'ouvrir une boutique en ligne. Et pas uniquement pour récupérer des recettes perdues. Le marché en ligne vous offre également des perspectives de croissance, sous réserve d'une approche réfléchie et adéquate. Belfius, qui collabore avec de nombreux partenaires spécialisés, peut vous aider ! Découvrez notre offre dans la présente lettre d'information...

## Ouvrez votre e-boutique avec l'aide de Belfius !

Lancer une boutique en ligne est plus facile à dire qu'à faire. Un tel projet demande du temps, de l'énergie et de la perspicacité. Il nécessite en outre quelques investissements à court terme, dont le retour ne sera pas immédiat. C'est pourquoi, en collaboration avec des partenaires spécialisés, nous avons développé une offre globale unique et avantageuse.

Nous vous conseillons et vous accompagnons à chaque étape, du développement à la mise en œuvre de votre projet. Les possibilités sont nombreuses, vous assurant une solution sur mesure. Vous bénéficiez en prime de réductions intéressantes afin de limiter les coûts de lancement.

### Avant tout, prenez le temps de la réflexion !

Avant de vous lancer, il est essentiel de réfléchir à la manière dont vous souhaitez développer votre activité en ligne et de rédiger un solide business plan, assurant une bonne place à votre e-boutique dans votre

business model. Cette étape est indispensable. Tant les débutants que les entreprises en pleine croissance devraient se poser les questions suivantes :

- Voulez-vous ouvrir une boutique en ligne et un magasin physique ou seulement une boutique en ligne ?
- Que font vos concurrents directs et indirects ? Sont-ils actifs en ligne ? Si oui, dans quelle mesure ? Ou serez-vous le premier ?
- Comment comptez-vous créer ou améliorer votre boutique en ligne ?

Nos partenaires se feront un plaisir de vous aider à répondre à ces questions.

Quel partenaire ?	CAP47	Zibra
Offre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Êtes-vous fait pour l'e-commerce ?</li> <li>• Un consultant en e-commerce vous donne des idées et conseils personnalisés et élabore avec vous une analyse stratégique de votre projet, avec rapport et estimation budgétaire.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bénéficiez de conseils sur mesure du début à la fin de votre projet.</li> <li>• Zibra vous accompagne pour trouver les solutions vous permettant de faire de votre e-boutique un succès et d'augmenter votre chiffre d'affaires.</li> </ul>
Prix (hors TVA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De 110 à 1 000 euros, en fonction du degré de collaboration</li> </ul>	Évaluation et positionnement stratégiques compris dans le prix de votre e-boutique (à partir de 25 euros par mois).

## Au travail !

Votre projet est bouclé ? Dans ce cas, il est temps à présent de le mettre en pratique. Vous préférez travailler seul, de manière indépendante ? Pas de problème. Si vous estimez au contraire ne pas disposer de suffisamment de temps ou des connaissances nécessaires, vous pouvez faire appel à l'un de nos partenaires spécialisés.

« Les possibilités sont nombreuses, vous assurant une solution sur mesure. »

Quel partenaire ?	Zibra	SEOshop
Pour qui ?	Pour les commerçants qui ne souhaitent pas se plonger dans toutes les facettes de l'e-commerce (comme le marketing en ligne, par ex.) et qui préfèrent confier l'élaboration de leur e-boutique à un professionnel.	Une solution pour les commerçants qui préfèrent créer leur e-boutique eux-mêmes et sont disposés à découvrir toutes les facettes de l'e-commerce.
Offre	<p>Les produits de Zibra sont composés de modules. Vous pouvez donc ajouter ou supprimer des fonctionnalités.</p> <p>Quelques exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Basic : e-boutique avec solution de paiement, catalogue de produits, module de facturation et gestion de la clientèle.</li> <li>• Advanced : formule de base avec la possibilité de fournir davantage d'informations à propos de vos produits et de faire des suggestions, ainsi qu'un suivi des commandes adapté.</li> <li>• Corporate : formule Advanced avec mise en page personnalisée, gestion des envois intégrée et formation personnalisée.</li> </ul> <p>Vous décidez de gérer financièrement votre e-boutique et la caisse de votre magasin en commun ? Optez alors pour le module de caisse Cloud.</p>	<p>SEOshop vous propose un large éventail de solutions pour vous aider à créer votre e-boutique ! Vous avez ainsi tous les outils à votre disposition pour créer votre boutique et en faire la promotion.</p> <p>SEOshop vous propose les packages suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• package Medium : jusqu'à 250 produits dans votre e-boutique ;</li> <li>• package Large : jusqu'à 5 000 produits dans votre e-boutique ;</li> <li>• package Extra-Large : jusqu'à 15 000 produits dans votre e-boutique.</li> </ul>
Prix (hors TVA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prix sur mesure en fonction de vos besoins.</li> <li>• Pour des exemples de prix, consultez notre site <a href="http://belfius.be/entreprendre-en-ligne">belfius.be/entreprendre-en-ligne</a> (packs disponibles à partir de 450 euros pour le lancement et 25 euros par mois via Belfius).</li> </ul>	Pour vous faire une idée des prix et des avantages, consultez notre site <a href="http://belfius.be/entreprendre-en-ligne">belfius.be/entreprendre-en-ligne</a> (à partir de 49 euros par mois).

### Et pour les clients qui préfèrent utiliser leur compte à vue ?

En optant pour le Belfius Pay Button, vous pouvez également offrir à vos clients la possibilité de payer directement par le biais de leur compte à vue Belfius. Ce système leur permet de régler leurs achats à l'aide du service de banque en ligne Belfius Direct Net ou Belfius Direct Mobile via l'app sur leur smartphone, ce qui s'avère avantageux à la fois pour vous et pour vos clients. Le paiement est effectué immédiatement et le risque d'erreurs est minime, le bulletin de virement étant déjà pré-complété.

→ POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR CE SYSTÈME, RENDEZ-VOUS SUR [BELFIUS.BE/BELFIUSPAYBUTTON](http://BELFIUS.BE/BELFIUSPAYBUTTON).

### Quelques mots d'explication

- En quoi consiste la SEO ? L'optimisation pour les moteurs de recherche signifie que la structure technique, le contenu et la stratégie de référencement de votre e-boutique sont optimisés de manière à ce que votre site puisse être trouvé plus facilement sur Google.
- En quoi consiste le SEA ? Si vous optez pour le référencement payant, des publicités pour votre e-boutique apparaîtront à côté et au-dessus des résultats de recherche sur Google lorsque l'utilisateur entrera un certain mot ou groupe de mots dans le moteur de recherche. Pour des services de référencement payant, faites appel à Adwords Express ou à l'un de nos partenaires en marketing en ligne.

« Tous les prestataires de services de paiement avec lesquels nous collaborons offrent une période d'essai gratuite ! »

## En route vers la croissance !

Maintenant que votre e-boutique est créée, il vous reste un défi de taille à relever : gérer votre boutique de manière à la faire prospérer, ce qui implique les démarches suivantes :

- attirer des visiteurs par le biais des réseaux sociaux, des newsletters, d'un bon référencement sur Google, etc. ;
- faire la promotion et vendre vos produits au moyen d'une bannière publicitaire ou de campagnes en ligne sur Google, etc.

Et ce, de manière optimale. Nos partenaires peuvent vous y aider.

« Avant tout, il s'agit de développer une vision ainsi qu'un solide business plan. »

Qui ?	CAP47	Zibra
Offre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peut vous aider à figurer en meilleure place parmi les résultats de recherche sur Google :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ par le biais d'un audit technique de votre e-boutique ;</li> <li>→ par le biais de l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) ;</li> <li>→ par le biais du référencement payant (SEA).</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vous avez le choix entre plusieurs formules.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Basic marketing : par le biais de l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO), le monitoring et l'aide concernant les visiteurs de votre e-boutique, newsletters électroniques pour attirer les visiteurs sur votre e-boutique ;</li> <li>→ Active marketing : tous les modules de la formule Basic marketing, avec développement et suivi améliorés, par le biais du référencement payant (SEA), communication via les réseaux sociaux, propositions proactives afin d'atteindre vos objectifs marketing.</li> </ul> </li> </ul>
Prix (hors TVA)	Consultez notre site <a href="http://belfius.be/entreprendre-en-ligne">belfius.be/entreprendre-en-ligne</a> (à partir de 260 euros par mois).	Consultez notre site <a href="http://belfius.be/entreprendre-en-ligne">belfius.be/entreprendre-en-ligne</a> (à partir de 49 euros par mois).

## Et le paiement dans tout ça ?

Une fois que les clients ont trouvé le chemin de votre e-boutique et rempli leur panier virtuel, ils doivent bien entendu pouvoir régler leurs achats en ligne. Pour ce faire, nous collaborons avec divers **prestataires de services de paiement** expérimentés (HiPay Wallet, Ingenico Payment Services et Mollie). Grâce à eux, vos clients pourront régler leurs achats facilement et en toute sécurité. Nous ne présenterons ici que les prestataires HiPay Wallet et Ingenico Payment Services. Pour en savoir plus au sujet du troisième prestataire de services de paiement avec lequel nous collaborons, à savoir Mollie, consultez la page 8.

Qui ?	HiPay Wallet	Ingenico Payment Services
Offre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tous les revenus de votre e-boutique sont centralisés sur votre compte HiPay. Vous pouvez exécuter 2 transferts gratuits par semaine vers votre compte Belfius.</li> <li>• Vous profitez d'un contrat unique qui intègre les 15 solutions de paiement les plus utilisées en Europe.</li> <li>• Des solutions de paiement sur mesure supplémentaires sont également possibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toutes les solutions de paiement en ligne accessibles. Vous pouvez soit centraliser les paiements sur votre compte Ingenico, soit établir un contrat par solution de paiement, de façon à ce que le paiement par transaction se fasse directement sur votre compte Belfius.</li> <li>• Plus de 250 solutions de paiement en ligne, dans le monde entier.</li> </ul>
Prix (hors TVA)	Pour les prix, consultez notre site <a href="http://belfius.be/entreprendre-en-ligne">belfius.be/entreprendre-en-ligne</a> .	Pour les prix, consultez notre site <a href="http://belfius.be/entreprendre-en-ligne">belfius.be/entreprendre-en-ligne</a> .



## Comment nous contacter ?

Si vous souhaitez en savoir plus sur notre offre, nous vous renvoyons à l'adresse [belfius.be/entreprendre-en-ligne](http://belfius.be/entreprendre-en-ligne). Vous y trouverez plus de détails concernant notre offre et celle de nos partenaires et pourrez demander un devis gratuit... Pour plus d'informations, vous pouvez également composer le 02 222 68 17 ou envoyer un e-mail à [entreprendre.enligne@belfius.be](mailto:entreprendre.enligne@belfius.be).

**Vous ne savez pas quel(s) partenaire(s) choisir pour votre projet ? Dans ce cas, prenez contact avec le spécialiste Business Banking de votre agence Belfius.**

## Qui sont nos partenaires ?

- **CAP47** : Forte de plus de 16 ans d'expérience, l'agence de publicité en ligne CAP47 conseille aussi bien les multinationales que les PME et les indépendants dans les domaines suivants : stratégie Internet, marketing par e-mail, réseaux sociaux, sites, applications Web, publicité en ligne et optimisation pour les moteurs de recherche (SEO).
- **Zibra** vous propose des solutions « tout en un » pour votre e-boutique, depuis la conception et la réalisation jusqu'au marketing en ligne. Tout est réalisé sur mesure, ce qui vous garantit une e-boutique unique.
- **SEOshop** vous propose une solution complète : e-boutique, système de paiement, gestion intégrale des commandes, marketing en ligne et outils de reporting. Tout ce qu'il vous faut pour faire de votre e-boutique un véritable succès.
- **HiPay Wallet** vous offre des solutions de paiement en ligne adaptées à vos besoins, à la taille de votre entreprise et aux comportements d'achat en ligne de vos clients.
- **Ingenico Payment Services** : plus de 50 000 entreprises, réparties dans le monde entier, font confiance à Ingenico Payment Services pour la gestion et la sécurisation de leurs paiements électroniques.
- **Mollie** : cette solution de paiement conviviale permet à vos clients d'effectuer des paiements à partir de n'importe quel appareil, également mobile, via les moyens de paiement les plus utilisés en Europe.

## Vous lancer en ligne en tant que médecin ? Attention au respect de la vie privée !

De plus en plus de médecins sont actifs en ligne, que ce soit via leur propre site, sur des forums médicaux ou encore via les médias sociaux. Ils doivent cependant veiller à respecter la vie privée de leurs patients, le secret médical ainsi que le Code de déontologie médicale. L'Ordre des médecins a établi une directive\* en vue d'accompagner les médecins dans leurs activités en ligne.

Vous souhaitez (faire) développer un site Internet en tant que médecin ? La première question importante à vous poser est de savoir ce que vous pouvez en faire. Le site ne peut en effet être utilisé que dans le but d'informer votre public de votre activité professionnelle tel qu'il est déterminé dans le Code de déontologie médicale et les avis du Conseil National de l'Ordre des médecins.

Les informations publiées doivent toujours être véridiques, objectives, pertinentes, vérifiables, discrètes et claires. Elles doivent par ailleurs respecter les principes déontologiques. Si des données personnelles sont traitées via le site Internet, vous devez également fournir des informations concernant une série de droits (consultation, accès, correction,...) en rapport avec la protection de la vie privée.

L'Ordre des médecins est en outre très clair au sujet de ce qui ne peut pas se faire : les sites Internet « de » ou « traitant de » médecins ne peuvent présenter de caractère commercial ou publicitaire. Il est par exemple interdit d'attirer des patients via le site et de limiter leur libre choix. Il en va de même bien entendu en ce qui concerne la publication d'informations violant le secret professionnel ou portant atteinte à la santé publique.

### Quid des réunions et du suivi en ligne ?

D'autres formes de médecine à distance exigent également l'attention nécessaire. En voici deux exemples :

- l'utilisation de la vidéoconférence dans les soins à domicile exige une liaison électronique suffisamment sécurisée. Le patient doit également pouvoir renoncer à tout moment au projet de vidéoconférence, sans que cela exerce la moindre répercussion sur les soins ;
- la concertation à distance entre plusieurs médecins est autorisée si chacun d'eux peut garantir séparément que la vie privée du patient est respectée.

**« Les sites Internet « de » ou « traitant de » médecins ne peuvent présenter de caractère commercial ou publicitaire. »**



Si vous prenez en considération les règles générales, vous êtes autorisé(e) selon les directives de l'Ordre à publier les informations suivantes entre autres :

- vos nom et prénom ;
- vos titres officiels, légaux ;
- vos spécialités exercées selon les recommandations du Conseil National ;
- des mentions destinées à faciliter la relation médecin-patient ;
- votre photo, aux dimensions raisonnables ;
- des renseignements relatifs à l'adresse de votre cabinet et à son accès ;
- le numéro de téléphone, le numéro de fax et l'adresse e-mail de votre cabinet (mentionnez que l'adresse e-mail sert uniquement à des fins administratives et non pas par exemple à fournir des avis médicaux) ;
- une photo de l'accès au cabinet ;
- l'horaire des consultations et des visites à domicile ;
- le conventionnement et les tarifs ;
- des informations concernant le service de garde, si tous les médecins participants acceptent que cette mention soit reprise et si les règles déontologiques en matière de publicité sont respectées ;
- un logiciel qui permet au patient de prendre rendez-vous en ligne, à condition que ce logiciel garantisse la confidentialité des noms des patients inscrits ;
- des annonces publiées de façon éthiquement et déontologiquement responsable en vue de recruter des participants pour une étude médico-scientifique.

**« Adaptez les paramètres de vie privée des médias sociaux afin que le contenu publié soit protégé comme souhaité. »**

### Présentation obligatoire au Conseil Provincial

Si vous possédez un site Internet ou souhaitez en (faire) développer un, vous devez obligatoirement le présenter pour approbation au Conseil Provincial de l'Ordre des médecins. Celui-ci examinera si votre site Internet est conforme aux directives déontologiques.

Attention : cette obligation est valable pour chaque site Internet comportant des informations vous concernant en tant que médecin, peu importe que ce soit vous qui le gérez ou qu'il soit géré par une personne qui n'est pas médecin, une entreprise ou une institution. Vous devez également faire part au Conseil Provincial d'éventuelles modifications importantes apportées au contenu de votre site Internet.

### Qu'en est-il des médias sociaux ?

En tant que médecin, vous pouvez bien entendu être également actif via les médias sociaux, que ce soit à titre professionnel ou non. Tout le monde a conscience des risques qui y sont liés. À ce niveau aussi, l'Ordre des médecins a établi une série de directives. Nous en passons quelques-unes en revue ci-après.

- Compte tenu de votre obligation légale et déontologique de respecter le secret médical concernant les données de vos patients, vous ne pouvez partager aucune information identifiable concernant des patients à des endroits auxquels des tiers ont accès à ces informations.

- Si vous êtes actif/active sur les médias sociaux en tant que personne privée et professionnelle, vous devez scinder les deux profils. Veillez par ailleurs à garder votre profil personnel aussi discret que possible. Les informations personnelles et professionnelles doivent être précises et appropriées.
- Si des paramètres de vie privée existent, il est important que vous les adaptiez (afin que le contenu personnel et professionnel que vous publiez soit protégé comme requis/souhaité). Contrôlez régulièrement les paramètres de sécurité actuels afin d'être certain(e) qu'ils offrent encore toujours une protection suffisante, également sur le plan déontologique.
- Refusez poliment les demandes d'amis de patients actuels ou d'anciens patients étant donné que la limite entre sphère privée et professionnelle s'estompe ou risque d'être dépassée.
- L'utilisation de pseudonymes et d'avatars (illustrations d'utilisateur sur l'Internet) n'est autorisée que dans la sphère privée.
- Évitez les discussions informelles sur l'Internet au sujet de patients même si vous restez anonyme ou ne transgressez pas le secret médical.

### Communication en ligne avec des patients : qu'est-ce qui est autorisé et qu'est-ce qui ne l'est pas ?

Les médecins communiquent de plus en plus souvent des informations à leurs patients via e-mail ou les médias sociaux. Rien d'étonnant à cela si l'on sait que la communication en ligne présente de nombreux avantages pour les deux parties. Les contacts sont plus rapides, le médecin a moins de communications téléphoniques, le médecin et le patient ne sont pas obligés de se rencontrer...

Vous ne pouvez aider des patients en ligne que si vous êtes leur médecin traitant et fournissez des avis médicaux additionnels et administratifs dans des cas non urgents. Il n'est pas autorisé de poser un diagnostic en ligne. Ce qui est évident puisque vous ne pouvez pas effectuer d'examen médical. Vous dépendez en effet de la faculté de votre patient à décrire précisément ses plaintes par écrit...

Ce qui est autorisé, c'est l'envoi électronique d'une ordonnance via Recip-e. L'envoi électronique d'un renouvellement d'ordonnance est également accepté, pour autant que la sécurité et le secret médical soient garantis.

→ VOUS SOUHAITEZ OBTENIR PLUS DE DÉTAILS SUR CE QUI EST PERMIS ET NE L'EST PAS ? LA DIRECTIVE COMPLÈTE DE L'ORDRE DES MÉDECINS FIGURE SUR LE SITE [WWW.ORDOMEDIC.BE](http://WWW.ORDOMEDIC.BE).

### Données conservées sur un serveur partagé (« in the cloud ») : prudence !

Vous arrive-t-il parfois de faire un back-up des données personnelles et médicales de vos patients sur un serveur partagé (« in the cloud ») ? C'est une bonne idée mais l'Ordre des médecins exige la plus grande prudence. Vous ne pouvez en effet confier ces données qu'à des sociétés implantées dans l'Union européenne et qui satisfont à une législation européenne déterminée.

\* Source : Avis "Médecins et médias numériques" du Conseil National de l'Ordre des médecins du 7 février 2015.  
Site Internet de l'Ordre des médecins: [www.ordomedic.be](http://www.ordomedic.be).  
Lien vers l'avis du Conseil National: [www.ordomedic.be/fr/avis/conseil/respect-de-la-vie-prive-par-le-mdecin-lorsqu-il-utilise-les-differentes-applications-numeriques](http://www.ordomedic.be/fr/avis/conseil/respect-de-la-vie-prive-par-le-mdecin-lorsqu-il-utilise-les-differentes-applications-numeriques).

# Aidez les clients à vous trouver, grâce à Google My Business !

Lorsque vous ouvrez une boutique en ligne, vous souhaitez évidemment que les clients la trouvent. Dans Google, puisque c'est là que tout le monde cherche. L'optimisation pour les moteurs de recherche (Search Engine Optimization – SEO) vous permet d'améliorer le référencement de votre site. Mais vous pouvez encore renforcer la visibilité de votre commerce sur Google grâce à d'intéressants services disponibles depuis un tableau de bord unique. Découvrez Google My Business.

Depuis longtemps déjà, il est possible de diffuser – gratuitement – des informations relatives à votre boutique en ligne au moyen de différents canaux de Google.

- Lorsque quelqu'un introduit le nom de votre entreprise comme mot clé dans la recherche Google ([www.google.be](http://www.google.be)), vous pouvez faire apparaître dans les résultats des informations de base utiles telles que vos coordonnées, un descriptif ou des photos de vos produits/services et de votre entreprise, etc.
- Si vous possédez un magasin physique, vous pouvez aussi faire apparaître ces données sur les cartes de Google Maps, afin que les clients puissent demander un itinéraire menant à votre établissement.
- Sur le réseau social Google+, vous pouvez créer une page de profil pour votre entreprise et y publier des actualités, partager des photos, des vidéos, etc. avec vos clients. Hangouts offre un service unique ; il s'agit d'un chat vidéo auquel plusieurs personnes peuvent participer.

Depuis juin 2014, tous ces canaux peuvent être gérés grâce à un tableau de bord unique, la page « Google My Business ».

## Démarrage !

Pour créer une page sur Google My Business, surfez sur [www.google.be/business](http://www.google.be/business) et cliquez sur « Inscrivez votre entreprise sur Google ».

Par défaut, vous arrivez dans Google Maps, où vous pouvez rechercher votre entreprise et la sélectionner sur la carte. Vous ne disposez que d'une boutique en ligne ? Cliquez sur « Vous n'êtes pas un établissement local ? » en haut à droite et choisissez l'option « Marque » afin d'enregistrer votre boutique en ligne.

Une fois inscrit, vous parvenez rapidement à votre tableau de bord dans Google My Business, lequel vous permet donc de gérer les informations relatives à votre entreprise dans la recherche Google, sur Google Maps et sur Google+. Quelles sont les possibilités ?

- En haut, vous pouvez compléter et adapter les informations générales relatives à votre entreprise : ce que vous vendez, votre numéro de téléphone, vos heures d'ouverture, etc. et évidemment, l'adresse Internet de votre boutique en ligne, afin que les utilisateurs de Google puissent cliquer dessus lorsqu'ils ont trouvé votre entreprise. Vous pouvez également télécharger des photos de vos produits par exemple, qui apparaîtront alors sur Google+, dans la recherche Google et sur Google Maps. Vous pouvez aussi ajouter une image de couverture sur votre page Google+.
- Au centre de la page, vous trouverez les outils permettant de :
  - Publier des actualités, photos, vidéos, etc. sur votre page Google+.
  - Mais conservez l'attrait de votre page pour vos abonnés !

- Suivre et gérer les évaluations en ligne : vous pouvez suivre le nombre d'avis reçus par votre boutique en ligne via Google+, le nombre de commentaires également disponibles en ligne sur votre entreprise, le score moyen que vous obtenez, etc. Bien entendu, vous pouvez aussi lire et réagir à ces avis s'ils ont été rédigés sur Google+.
- Mener aisément des campagnes en ligne, grâce à AdWords Express. Google propose une série de mots clés qui, lorsqu'ils sont utilisés, font apparaître votre publicité sur la page des résultats de recherche. Vous payez uniquement lorsque le lien est suivi.
- Obtenir un aperçu du trafic sur votre boutique en ligne, grâce à Google Analytics. Ce service vous propose des statistiques sur le nombre de visiteurs présents sur votre site, le nombre de pages affichées, le pourcentage de visiteurs quittant le site après avoir consulté une seule page, la façon dont les visiteurs arrivent sur le site, etc. Toute une série de données susceptibles de vous inspirer des améliorations.
- Vous faire une idée du nombre de clients qui trouvent votre entreprise grâce à Google, du nombre d'entre eux qui consultent votre page sur Google+, de la façon dont ils réagissent à vos posts, etc. et de l'évolution de tous ces paramètres dans le temps.

*« Grâce à Google My Business, tous les outils vous permettant de gérer votre profil sur Google sont réunis en un seul endroit. »*

### Recherche et gestion sur l'Internet mobile également !

Vous pouvez en outre gérer les données relatives à votre entreprise, partager des actualités et des photos, vous tenir informé des évaluations, etc. grâce à l'application mobile de Google My Business. Celle-ci est disponible gratuitement, tant sur l'App Store que dans Google Play.

Et inversement, vos clients potentiels peuvent eux aussi utiliser la recherche Google, Google Maps et Google+ sur l'Internet mobile pour vous trouver.

# Mollie : une solution de paiement extrêmement simple et complète !

Vous créez vous-même votre boutique en ligne via la plateforme de développement SEOshop ? Dans ce cas, vous pouvez utiliser une solution de paiement très accessible et transparente baptisée Mollie. L'intégrer à votre site est un véritable jeu d'enfant.

Remco Boer, le directeur du fournisseur de services de paiement Mollie, parvient à la même conclusion que nous : « Le marché belge du commerce électronique présente un énorme potentiel de croissance. Or, pour l'instant, il est contrôlé par quelques grands acteurs, principalement étrangers. C'est pourquoi nous souhaitons que les entrepreneurs en ligne belges aient également leur chance. »

Dans ce cadre, le fournisseur de services de paiement se charge d'un aspect essentiel de la boutique en ligne pour ceux qui utilisent la plateforme SEOshop pour la créer : il offre une solution sûre et conviviale permettant d'effectuer des paiements sur tous les types d'appareils, y compris mobiles.

## Une solution simple, à votre portée

Si vous optez pour la solution de paiement Mollie, votre e-boutique pourra déjà recevoir des paiements dans le quart d'heure qui suit. Dans un premier temps, les paiements entrants sont centralisés sur votre compte Mollie. Ensuite, les revenus sont normalement versés quotidiennement sur votre compte à vue Belfius.

Vous bénéficiez de rapports détaillés des paiements, pouvant être reliés à votre système administratif. Vous déterminez vous-même quel collaborateur a accès à quelle information. Vous pouvez en outre être tenu informé en temps réel de certains paiements, par e-mail ou par SMS.

**« Tous les paiements sont automatiquement contrôlés en vue de détecter les fraudes. »**

## Sécurité garantie

Mollie accorde bien entendu une importance toute particulière à la sécurité, de la sélection des collaborateurs au traitement des transactions. Cette solution de paiement satisfait donc aux mêmes normes strictes que celles appliquées par Visa et MasterCard par exemple. De plus, toutes vos données sensibles, ainsi que celles de vos clients, sont stockées sur des serveurs européens hautement sécurisés.

## À un prix transparent !

La tarification est également d'une grande simplicité : vous payez uniquement pour les transactions effectuées avec succès (0,25 euro par transaction + max. 2 % de celle-ci si elle est effectuée à crédit et 1,4 % si elle est effectuée par Bancontact/Mister Cash). Vous ne payez aucun frais d'activation ni redevance mensuelle.

**« Mollie est particulièrement facile à intégrer à votre site et fonctionne sur tous les appareils. »**

## Conclusion

### Intéressé(e) ?

Grâce à sa solution de paiement, Mollie souhaite, selon ses propres termes, ouvrir le marché belge du commerce électronique et faciliter la transition vers l'Internet pour les entrepreneurs belges. Vous souhaitez également adopter Mollie comme solution de paiement ? Dans ce cas, effectuez un test gratuit sur [belfius.be/entreprendre-en-ligne](http://belfius.be/entreprendre-en-ligne). Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site [www.mollie.be](http://www.mollie.be).

### → DÉSIREZ-VOUS VOUS DÉSINSCRIRE ?

Téléphonez gratuitement au 0800 99900.

Cette News est composée avec soin. À cette fin, des sources et des références de qualité sont utilisées. Belfius Banque ne peut être tenue responsable de l'information et de l'utilisation des informations dans cette publication. Aucun extrait de cette publication ne peut être reproduit, introduit dans un système de récupération ou transféré de manière électronique, mécaniquement, au moyen de photocopies ou sous toute autre forme, sans autorisation préalable écrite de l'éditeur. Le traitement de vos données à caractère personnel est soumis à la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée. Elles sont reprises dans notre fichier marketing. Vous pouvez exercer votre droit de contrôle et de rectification par écrit.