

ARBORESCENCE STUDIO

GUIDE PRATIQUE

arborescence.studio

Vendre en ligne sans commission : comparatif boutique en ligne et marketplace

Ce qu'une marketplace prend vraiment sur chaque vente, et à partir de quel volume une boutique en ligne propre devient rentable.

arborescence.studio

Le vrai coût d'une marketplace

Une marketplace (Etsy, Amazon, une place de marché spécialisée) a l'avantage d'apporter du trafic existant — mais ce trafic a un prix, prélevé sur chaque vente sous forme de commission, souvent entre 5 et 20 % selon la plateforme et la catégorie, auquel s'ajoutent parfois des frais de mise en avant.

CANAL	COMMISSION TYPIQUE
Marketplace généraliste	8 à 15 % + frais de paiement
Marketplace spécialisée (création, artisanat)	5 à 10 % + frais fixes par annonce parfois
Boutique en ligne propre	Frais de paiement seuls (environ 1,5 à 3 %), pas de commission sur la vente

Ce que la marketplace apporte en échange

- Un trafic déjà présent, sans effort de référencement à fournir soi-même.
- Une confiance déjà établie auprès de l'acheteur (paiement, retours gérés par la plateforme).
- Une mise en route rapide, sans création de site à gérer.

Le vrai calcul. La commission d'une marketplace n'est pas un coût "en trop" — c'est le prix d'un service d'acquisition de clients. La question n'est pas si c'est cher, mais si ce service vaut son prix par rapport à votre situation actuelle.

À partir de quel volume la boutique propre devient rentable

Une boutique en ligne propre a un coût fixe (création, puis hébergement annuel) mais pas de commission variable. Mécaniquement, plus le volume de ventes augmente, plus l'écart économique en faveur d'une boutique propre se creuse — à condition d'apporter soi-même le trafic (réseaux sociaux, référencement, clientèle existante).

L'erreur qui coûte cher. Créer une boutique en ligne propre sans avoir de source de trafic déjà identifiée revient à payer un local commercial vide — la boutique elle-même ne génère pas de visiteurs, contrairement à une marketplace.

L'option combinée

Rien n'empêche de vendre sur les deux canaux à la fois : une marketplace pour capter de nouveaux clients, une boutique propre pour fidéliser ceux qui reviennent, sans commission sur les ventes répétées. C'est souvent l'approche la plus réaliste pour démarrer.

Checklist

- ☐ Le coût réel d'une marketplace (commission + frais annexes) est calculé sur un exemple de vente concret
- ☐ Une source de trafic est identifiée avant de créer une boutique en ligne propre
- ☐ Le seuil de volume à partir duquel une boutique propre devient plus rentable est estimé
- ☐ Rien n'empêche de combiner les deux canaux au démarrage