

# Introduction

Partons de trois constats, qui sont autant de douleurs pour les entrepreneurs et e-commerçants français :

- **L'envoi de colis est la première source de perte de temps des e-commerçants**, comme le montre un sondage récent réalisé par un blog majeur de e-commerce aux Etats-Unis. En effet, combien de temps passez-vous à recevoir les colis du fournisseur, les ranger, recevoir les commandes sur back-office, emballer les produits, puis réexpédier, et enfin gérer les retours en cas de problème ou d'insatisfaction (délai de 14 jours de la loi Hamon) ? Il y a désormais une solution pour cela !
- **Le e-commerce continue d'être considéré comme un eldorado**. Malgré cela, très peu de e-commerçants gagnent effectivement leur vie avec ce business. Les marges sont très faibles, l'activité est très chronophage, notamment à cause de la gestion des colis et la relation client. Le dropshipping aide à réduire ces contraintes et à se concentrer sur son business, pour améliorer son chiffre d'affaires.
- **Il est plus facile de vendre des biens numériques** (formations, documents, accès privés, vidéos) **que des biens physiques** qu'il faut acheter, stocker et expédier. Or, avec le dropshipping, les produits physiques deviennent des biens virtuels, puisque le commerçant n'en voit plus la couleur. Gérer un business en dropshipping, cela revient alors à gérer un business de biens numériques, virtuels.

Voici donc la solution :

Le dropshipping est une **méthode de gestion de la logistique** pour les e-commerçants leur permettant de s'abstenir de toute gestion de stocks, envoi de colis et gestion de retours.

Le **fournisseur** qui accepte de travailler en dropshipping ne vous envoie donc plus de stocks des produits que vous commercialisez, mais seulement une confirmation du bon envoi de votre produit.

**Vous vendez des produits dont vous n'avez pas le stock**, et le fournisseur prend la responsabilité d'expédier les commandes aux clients du e-commerçant, et de gérer les éventuels retours. Tout cela en échange d'une marge (prix de vente du produit par le fournisseur) quelque peu supérieure.

Cette méthode est une véritable révolution pour toutes les parties prenantes :

- **les e-commerçants ou administrateurs d'un blog** se soulagent d'une très grosse contrainte et ne s'occupent plus des colis.
- **les fournisseurs** (grossistes) gagnent un accès à un flux d'acheteur nouveau, auquel ils n'avaient pas accès traditionnellement. Ils deviennent des « dropshippers ».
- **les consommateurs** peuvent acheter des produits auxquels ils n'auraient pas forcément eu accès sans cela, car ces produits n'étaient pas vendus en France, car les e-commerçants ne voulaient pas acheter le stock nécessaire au démarrage de la distribution, etc...

Encore mieux, il n'y a pas besoin de site web pour se lancer dans le dropshipping et générer des premiers revenus. Passer par une place de marché n'a jamais été aussi simple, et sans risques.

Il faut donc concevoir le dropshipping comme un moyen offert à n'importe qui de vendre les produits de son choix, sans stock et sans logistique, à partir du support de son choix (site e-commerce, blog, place de marché). Il n'y a même pas besoin d'être dans le pays pour vendre. C'est cela la révolution du dropshipping.

# Contents

Introduction.....	3
Chapitre 1 : Pourquoi se lancer ?.....	8
Chapitre 2 : Attention au phénomène de mode.....	9
Etude de cas : Les crèmes à dépolir le verre de polinea.com.....	11
Chapitre 3 : Le dropshipping fonctionne sur des niches peu occupées.....	12
Chapitre 4 : Les avantages et les inconvénients pour les e-commerçants.....	13
Chapitre 5 : Les avantages et inconvénients pour les fournisseurs.....	15
Chapitre 6 : Comment trouver un fournisseur de confiance ?.....	17
Chapitre 7 : Comment choisir sa niche de produits en dropshipping ?.....	21
Etude de cas q-doz.....	26
Chapitre 8 : Pourquoi les fiches-produits sont essentielles ?.....	27
Etude de cas : L'exemple de Tim Ferriss, auteur de la semaine de 4 heures et dropshipper emblématique.....	31
Etude de cas de la marque de marinières :.....	32
Chapitre 9 : Les aspects juridiques.....	33
Chapitre 10 : L'exemple de Neil Patel.....	35
Conclusion.....	40