

---

# **BFIT**

# **Migration Shopify vers BigCommerce**

Stratégie de Déploiement et Pénétration du Marché Textile  
LGBT

---

**Date :** Janvier 2026

**Client :** BFIT (BestF.kersInTown)

**Objectif :** Gay Pride 2026

**Auteur :** Consultant Senior E-commerce

---

# 1. Executive Summary

Ce document stratégique détaille le plan de migration de la boutique **BFIT** depuis l'écosystème Shopify vers une architecture **BigCommerce Headless**. Suite aux divergences rencontrées avec la plateforme précédente, cette transition vise à redonner à la marque une souveraineté technologique totale tout en réduisant les coûts opérationnels liés aux commissions.

L'opportunité offerte par BigCommerce réside dans sa flexibilité API-first, idéale pour le développement front-end personnalisé (vibe coding) souhaité. Ce changement technique s'accompagne d'une stratégie marketing agressive ciblant le marché textile LGBT, avec pour point d'orgue une présence dominante lors des événements de la **Gay Pride 2026**.

## 2. Comparatif Stratégique : Shopify vs BigCommerce

Le choix de migrer vers BigCommerce est justifié par une analyse comparative des fonctionnalités clés pour un modèle de croissance à long terme.

Critère	Shopify	BigCommerce
Frais de Transaction	0.5% à 2% (sauf si Shopify Payments est utilisé)	0% sur tous les plans
Comptes Staff	Limités selon le plan (ex: 2 sur Basic)	Illimités sur tous les plans
Architecture API	API robuste mais limites de débit (Rate Limits) strictes	API très performante (jusqu'à 400 requêtes/sec), conçue pour le Headless
Variantes Produits	Limite de 100 variantes et 3 options	Jusqu'à <b>600 variantes</b> et 250 options
SEO	Structure d'URL rigide (/products/, /pages/)	URLs entièrement <b>personnalisables</b>

**Verdict :** BigCommerce l'emporte pour BFIT grâce à l'absence de frais de transaction et une architecture nativement plus ouverte pour le développement custom (Vibe Coding/Headless).

## 3. Analyse Financière et Coûts

BigCommerce propose une structure de prix transparente qui favorise la scalabilité sans pénalité sur le chiffre d'affaires via des commissions transactionnelles.

# Grille Tarifaire 2026

Plan	Coût Mensuel	Seuil de Ventes Annuelles	Caractéristiques Clés
Standard	\$39 / mois	Jusqu'à \$50k	Frais 0%, Blog intégré, HTTPS dédié
Plus	\$105 / mois	Jusqu'à \$180k	Récupération paniers abandonnés, Segmentation clients
Pro	\$399 / mois	Jusqu'à \$400k	Filtres produits, Avis Google, SSL Custom

## Projection des Coûts Mensuels (Phase de Lancement)

- Licence BigCommerce (Plan Standard) : **\$39**
- Hébergement Frontend (Vercel/Netlify) : **\$20**
- Passerelle de Paiement (Stripe/PayPal) : **~2.9% + \$0.30** par vente (variable)
- Outils Marketing & Apps : **~\$150**
- **Total Fixe Estimé : ~\$210 / mois** (hors budget pub)

## 4. Guide de Déploiement Frontend (Vibe Coding)

L'approche "Vibe Coding" implique un développement front-end fluide et intuitif, connecté à BigCommerce via une architecture Headless.

## Architecture Technique

Le backend BigCommerce servira de moteur (PIM, OMS, Checkout) tandis que le frontend sera une application JavaScript moderne offrant une expérience utilisateur (UX) unique pour la communauté.

### 1. Configuration API BigCommerce :

- Créer un compte API dans *Advanced Settings > API Accounts*.

- Générer les tokens *Storefront API* (pour les produits) et *Checkout API*.

## 2. Stack Technologique Recommandée :

- **Framework** : Next.js (React) pour le SEO et la performance.
- **Hosting** : Vercel (déploiement continu et rapidité mondiale).
- **CMS Headless (Optionnel)** : Builder.io ou Prismic pour les pages éditoriales "Pride".

## 3. Intégration et Déploiement :

- Connecter le frontend aux APIs BigCommerce via les SDKs officiels.
- Rediriger le checkout vers le checkout hébergé BigCommerce (plus sécurisé) ou développer un custom checkout (Pro plan requis).
- **Temps estimé** : 4 à 6 semaines pour un MVP (Produit Minimum Viable).

# 5. Pénétration du Marché Textile LGBT & Gay Pride 2026

Pour imposer **BFIT** comme la référence "BestF.kersInTown", la stratégie doit dépasser le simple commerce pour devenir un mouvement culturel.

## Positionnement de Marque

BFIT ne vend pas des vêtements, mais de l'appartenance et de l'audace. Le ton doit être provocateur, inclusif et authentique.

## Plan d'Action Pride 2026

Phase	Actions Clés	Canaux
Awareness (Q1 2026)	Lancement du manifeste BFIT. Teasing des collections "Pride Edition".	Instagram Reels, TikTok
Engagement (Q2 2026)	Activation des ambassadeurs. Défis viraux #BFITPride. Pré-commandes exclusives.	Influenceurs, Newsletter
Conversion (Juin 2026)	Pop-up stores éphémères proches des parcours de la Pride. Offres flash pendant les défilés.	Street Marketing, SMS Marketing

## 6. Stratégie d'Ambassadeurs & Workflow de Scraping

L'acquisition client reposera sur une armée d'ambassadeurs identifiés grâce à votre workflow de scraping personnalisé.

### Workflow Technique de Scraping

L'outil développé doit cibler les profils suivants sur Instagram et TikTok :

- **Mots-clés** : #GayFashion, #QueerStyle, #LGBTModel, #Pride2026.
- **Filtres** : Engagement rate > 3%, audience localisée en France/Europe, affinité mode/lifestyle.
- **Action** : Extraction des emails publics ou DM automatisé (respectueux des CGU) pour proposition de partenariat "Égérie BFIT".

### Programme Ambassadeurs "BFIT Squad"

- **Micro-influenceurs (1k-10k abonnés)** : Dotation produit contre contenu. Authenticité maximale.
- **Mid-tier (10k-100k abonnés)** : Rémunération à la performance (affiliation 10-15%).
- **Les Égéries** : 3 à 5 visages phares pour la campagne officielle Pride 2026 (Contrat image).

## 7. Écosystème d'Outils

Pour supporter cette croissance, une suite d'outils interconnectés est nécessaire.

#### Outils Recommandés :

- **Marketing Automation** : *Klaviyo* (spécialiste e-commerce, segments LGBT friendly).
- **Analytics** : *Google Analytics 4* + *Hotjar* (pour analyser le comportement UX sur le frontend custom).

- **Service Client** : *Gorgias* (centralisation des DMs Insta/TikTok et emails).
- **Expédition** : *Sendcloud* ou *ShipperHQ* (gestion multi-transporteurs).

## 8. Configuration Logistique & Expédition

La rapidité et la discrétion sont cruciales pour cette niche.

- **Packaging** : Option "Discret" vs "Fier". Laisser le choix au client est un grand plus UX.
- **Zones** :
  - *France* : Colissimo (48h) et Mondial Relay (3-5j, économique).
  - *Europe* : DHL Express ou UPS Standard.
- **Temps de Configuration** : Prévoir **5 à 10 jours** pour configurer les zones, les poids et tester les étiquettes via l'API Shipping de BigCommerce.

## 9. Roadmap vers Gay Pride 2026

Jan - Fév 2026	<b>Migration Technique &amp; Setup</b> : Développement Frontend Vibe Coding, migration catalogue, configuration BigCommerce.
Mars - Avr 2026	<b>Recrutement Ambassadeurs</b> : Lancement du script de scraping, onboarding des 50 premiers micro-influenceurs.
Mai 2026	<b>Lancement Collection Pride</b> : Pré-commandes, campagne ADS (Meta/TikTok), teasing social media.
Juin 2026	<b>BLITZ PRIDE</b> : Activation maximale. Événements physiques, lives réseaux sociaux, promotions agressives.

## 10. Recommandations Finales

La transition vers BigCommerce est une décision technologique saine qui vous libère des contraintes de Shopify. Pour réussir la pénétration du marché textile LGBT avec BFIT, l'accent doit être mis sur :

1. **L'authenticité du message** : Éviter le "Rainbow Washing". Votre marque doit soutenir la cause au-delà du mois de juin.
2. **La performance mobile** : Le frontend Vibe Coding doit être ultra-rapide sur mobile, canal privilégié de votre cible.
3. **La communauté** : Utilisez vos ambassadeurs non seulement comme panneaux publicitaires, mais comme créateurs de contenu pour votre marque.