

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE PEUT PRENDRE PLUSIEURS

FORMES DONT :

- ◆ Une communication rapide, concise et efficace avec les fournisseurs et les clients.
- ◆ Un site web pour votre entreprise (présentation de l'entreprise, de ses services et produits, échanges de bannières...).
- ◆ La recherche de nouveaux contrats (↑ de revenus), fournisseurs (↓ de dépenses), clients (↑ de revenus).
- ◆ Des bulletins d'informations pour les employés (afin de motiver leur sentiment d'appartenance).

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE S'ADRESSE À QUI ?

- ◆ C'est pour toute personne ou entreprise voulant augmenter sa visibilité et s'ouvrir à ce nouveau marché florissant.
- ◆ C'est pour toute personne avec ou sans connaissances informatiques. Il est maintenant possible d'être initié à Internet et de l'aide pour la conception de site WEB est disponible auprès de la SADC ou d'autres organismes du genre.

NOTES :

1. LES AVANTAGES D'INTERNET DANS VOTRE ENTREPRISE

1.1. Recherche d'informations : Avantage qui demande le moins d'expertises technologiques.

1.1.1. Surveillance de la concurrence.

1.1.2. Recherche de nouveaux contrats.

1.1.3. Recherche de nouveaux produits, de nouveaux besoins.

1.2. Communication plus rapide

1.2.1. L'envoi des bons de commandes rapidement.

1.2.2. Communication avec les fournisseurs et les clients dans les plus brefs délais.

1.2.3. Échange de documents plus rapide et moins coûteux que la poste ou tout autre service de livraison standard.

1.3. Dénicher de nouvelles occasions d'affaires

1.3.1. Créer de nouveaux liens avec les clients et les fournisseurs.

1.4. Partenariat à distance

1.4.1. Entretenir son réseau de contacts professionnels.

1.4.1.1. Envoi des vœux des fêtes.

1.4.1.2. Suivi de satisfaction.

1.4.1.3. Promotion de nouveaux produits.

1.4.2. Possibilité de collaboration avec intervenants non locaux.

1.5. Service à la clientèle

1.5.1. En ajoutant des informations souvent demandées par des clients sur votre site commercial, la tâche d'information traditionnelle (sur papier ou par téléphone) se voit allégée.

NOTES :

2. LES OBSTACLES

2.1. Manque de clients

2.1.1. Il arrive que des clients, des fournisseurs ou des collaborateurs ne possèdent pas de branchement Internet. Cela rend les avantages moins évidents, car il devient beaucoup plus difficile de communiquer avec ces intervenants. Petit à petit, ils se feront une place sur Internet et seront tous prêts à cette nouvelle technologie. Vous aurez tout de même une longueur d'avance pour la manipulation de cette pratique.

2.2. Faible sensibilisation des interlocuteurs

2.2.1. Même si les clients, fournisseurs et collaborateurs sont branchés, il est possible que leur manque de connaissances nuise à leur intérêt et ils négligent donc l'utilisation d'Internet.

2.3. Ressources internes insuffisantes

2.3.1. Manque de temps pour la recherche et la prise de courrier.

2.3.2. Manque de finance pour le paiement mensuel et l'achat (s'il y a lieu).

2.3.3. Manque de ressources humaines pour l'aide, l'encadrement et la conception du site web.

2.4. Coût élevé

2.4.1. Conception du site et son hébergement.

2.5. Logistique

2.5.1. Problème de livraison (pour les commandes à l'échelle mondiale).

Conclusion : Avec un minimum de préparation, les avantages sont faciles à maintenir et les obstacles, faciles à enrayer.

3. TYPES DE SITES

3.1 Site institutionnel

- 3.11 On y retrouve les coordonnées de l'entreprise, la description des activités et les objectifs.

3.2 Par la présentation de produits et services

- 3.2.1 Description des produits et services offerts.
- 3.2.2 Souvent, les clients, magasinent sur Internet avant d'aller sur le terrain. C'est la porte d'entrée de votre entreprise. Le web est comme un centre d'achats. Il permet au client de vous trouver plus facilement.

3.3 Site promotionnel

- 3.31 Idéal pour le lancement de produits.
- 3.32 Ce site démontre vos forces. C'est un catalogue de vos produits détaillé.

3.4 Service à la clientèle

- 3.41 Un peu plus complexe, il est votre service réception à la clientèle.
- 3.42 Permet de tenir un contact avec la clientèle 24/24h.
- 3.43 Permet d'offrir vos services d'assistance / conseils.

3.5 Site transactionnel

- 3.51 Permet l'achat par votre site.
- 3.52 Présentation des produits à vendre avec les tarifs et des bons de commande.

3.6 Marketing spécialisé

- 3.61 Communication directe avec des clients potentiels (avec une base de données volontaire des visiteurs).
- 3.62 Cibler les clients qui peuvent avoir un intérêt pour un nouveau produit et envoyer des promotions ou de l'information.

N.B. Un site Web peut contenir plusieurs caractéristiques différentes. Il peut être un mélange de plusieurs types de sites Web