

Le commerce électronique

Chapitre 2. Découverte du commerce électronique

2.1. Les différents types de commerce

➔ B2C (Business To Consumer)

Le plus commun des types de commerce électronique est le **B2C (Business To Consumer)** : C'est un commerce électronique réalisé **entre un commerçant et un consommateur**.



Consulter sur le site journaldunet.com,

- L'interview filmé de Flore Fauconnier sur **Favor'i 2011, lauréat : Interview de Xavier Garambois, DG d'Amazon** publié le 08/12/11 (vidéo 5 min)

Extrait : « Le site Amazon.fr a ouvert ses portes virtuelles en août 2000. Amazon met tout en œuvre pour remplir la mission qu'elle s'est fixée : mettre ses clients au cœur de ses préoccupations. Ils peuvent ainsi à tout moment trouver en ligne ce qu'ils ont envie d'acheter, et y faire de nombreuses découvertes. Amazon.fr et les vendeurs tiers proposent aujourd'hui des millions de produits neufs et d'occasion en français et en anglais (livres, CD, vidéos, DVD, logiciels, CD-Rom, jeux vidéo, produits d'électronique grand public, jeux et jouets, cuisine et maison, montres et bijoux, parfum et beauté, santé et soins du corps, bébé et puériculture, et chaussures et accessoires). Chez Amazon.fr, les clients bénéficient de la technologie d'achat en ligne et du savoir-faire du numéro un de cette industrie, tels le paiement sécurisé, les recommandations personnalisées, l'ergonomie et les outils très poussés de recherche ainsi que l'achat rapide et facile grâce au système de commande 1-Click. » Xavier Garambois, DG d'Amazon

- Le dossier de Flore Fauconnier sur: **Qui sont les petits e-commerçants ?** publié le 16/02/12



A partir de l'analyse du site de la boutique Pain d'épices forwenger.fr, s'interroger sur la pertinence d'ouvrir un site de e-commerce

Question 1 : A quel type de commerce se rattache ce site ?

Question 2 : Quels sont les services originaux par rapport au commerce traditionnel proposés par le site?

Question 3 : Comment l'offre internet des produits est en lien avec les offres faites dans les magasins traditionnels ?



A partir de l'analyse du site de la Société Laposte.fr, répondez aux questions suivantes :

Question 1 : Quel est le type de commerce visé par ce type ? ou les types de commerce ?

Question 2 : Quelle est la valeur ajoutée de ce site par rapport à l'offre traditionnelle faite par la poste ?

Question 3 : Quels sont les nouveaux services créés par la Poste à partir de son site internet qu'elle n'aurait pas pu développer à partir de son offre traditionnelle?

➡ B2B (Business To Business)

Le **B2B (Business To Business)** est un **commerce électronique inter-entreprises**. Le B2B pur n'implique aucun intermédiaire pour les transactions. Les entreprises utilisent surtout le système EDI pour communiquer entre elles. A titre d'exemple, le site « Amazon ».



Consulter sur le site de la plateforme commerciale internationale services.amazon.fr, la page **Vendre des produits sur Amazon : comment ça marche ?**



A partir de l'analyse du site de la plateforme commerciale internationale amazon.fr, répondez aux questions suivantes :

Question 1 : Indiquez son secteur d'activité

Question 2 : De quel type de commerce relève Amazon ?

Question 3 : Comment Amazon gagne t-il de l'argent ?

➡ C2C (Consumer To Consumer)

Enfin vient le **C2C (Consumer To Consumer)**, qui est un commerce électronique s'effectuant **entre deux entités, qui sont des consommateurs**. La pure plateforme C2C serait un site créé par le consommateur souhaitant vendre ses biens.



Consulter sur le site le-webmarketeur.fr, l'infographie **Internet et le C to C** publiée le 05/11/2012

Internet a permis un développement considérable de l'activité consumer to consumer par le biais des sites d'enchères (eBay), des sites de revente à prix fixe (PriceMinister) et des sites de petites annonces (Le Bon Coin).



Consulter le site de la plate-forme commerciale internationale ebay.fr, **Achetez et vendez vos objets...** et la page **La sécurité sur ebay**

« Fondé en septembre 1995, eBay constitue la plus grande communauté d'achat et de vente de biens et de services en ligne. Aujourd'hui, la communauté eBay compte plus de cent millions de membres inscrits aux quatre coins de la planète. »



Consulter sur le site <http://gregorydamy.niceavocats.fr> de Maître Gregory Damy, Avocat - Docteur en droit, la page "Questions juridiques" sur **Je vends sur internet, que dois-je déclarer ?**

publiée le 10/05/2012



A propos de l'analyse du site de la plate-forme commerciale internationale ebay.fr, répondez aux questions suivantes :

Question 1 : Indiquez le secteur d'activité du site

Question 2 : De quel type de commerce relève t-il ?

Question 3 : Comment ce site gagne t-il de l'argent ?



Concernant les ventes faites par des personnes sur internet :

Question : A partir de quel moment une personne devient-elle un « commerçant » lorsqu'elle vend des biens ou services sur internet ?

➡ Principaux biens et services vendus sur internet (B2C)

- Les **biens culturels**,
- Le **matériel informatique, hi-fi, vidéo, photo, etc**,
- Le **secteur du tourisme et des loisirs** : séjours, voyages, locations, billets de train, d'avion, etc. Les agences de voyage en ligne sont soumises à un régime particulier résultant de leur mode de travail, régime plus sévère que celui des agences de voyage classique,
- Les **biens de consommation courante** : vêtements, meubles, électroménager, jouets,
- On trouve également des **systèmes de vente spécialement adaptés à Internet** : **développement de photographies numériques, téléchargement de musique, vente aux enchères entre particuliers, location de DVD par internet**,
- Enfin, de nombreuses **entreprises proposent des services** sur Internet, payants ou non tels que : **banque en ligne, assurance en ligne, presse en ligne**.



Consulter sur le site insee.fr dans la collection "Insee première", le numéro 999 de Janvier 2005 rédigée par Bertrand Ballet, Insee Midi-Pyrénées et Jean-Baptiste Berry, Insee division Commerce sur [Les acteurs du commerce électronique](#) (document pdf)

2.2. Les opportunités et inconvénients du commerce électronique

Les opportunités de réduction de coûts et de croissance de l'entreprise

Le choix du commerce électronique par une entreprise lui apporte des **opportunités liées à la réduction des coûts : coûts du foncier et de la main d'œuvre**.

Les **opportunités de croissance** sont :

- recruter des nouveaux clients sur le même territoire,
- élargir la cible des clients,
- élargir la cible à l'international,
- valoriser une meilleure connaissance des clients,
- enrichir l'expérience d'achat,
- personnaliser la relation,
- générer du trafic en magasin,
- créer des liens à distance avec le magasin.



Consulter sur le site Journaldunet.com, l'article : **Plugin like : une recommandation simplifiée** publié le 19/04/2012

« Le plugin social le plus connu est le Like, "J'aime" dans sa version française, qui permet à l'internaute de signifier à ses amis qu'il aime un site ou un produit par un mécanisme de recommandation simplifié : un clic sur un bouton. [...] Ce bouton, à intégrer sur ses fiches produits ou encore dans le header du site, peut prendre plusieurs formes. Un Like classique, un Like avec un compteur de fans, ou encore un Like affichant les photos de plusieurs fans (choisis lorsque cela est possible dans l'entourage de l'internaute), qui mentionne également leur nombre.[...] »

Les inconvénients

Le e-commerce induit cependant des **coûts supplémentaires** :

- coût de stockage,
- coût de livraison,
- coût de promotion des sites.

Donc le commerce électronique supporte des coûts qui ne sont pas toujours moins élevés que ceux du commerce traditionnel.



Consulter sur le site dailymotion, les vidéos sur l'**apparition de l'e-logistique et le développement du cross canal** :

- publié le 28/06/2011 par [Echangeur Bordeaux aquitaine, Centre de ressources TIC de la CCI de Bordeaux](#), **[La e-logistique, envers du e-commerce](#)** (vidéo 2 min)

- publié le 27/05/2011 par [SITL, semaine international du transport et de la logistique](#), **[L'e-commerce donne le ton au commerce de demain. Comment la e-logistique rend possible cette stratégie ?](#)** (vidéo 31 min)



Consulter sur le site Journaldunet.com, l'article de Flore Fauconnier : **Faciliter les démarches des clients** publié le 15/02/12

EXERCICES



QUESTION 1

Quelle est la compatibilité entre le commerce en ligne et le commerce en magasin traditionnel ?



QUESTION 2

A partir de l'analyse du site de la boutique en ligne <http://shop-fr.lacoste.com/> de **Lacoste**, expliquez comment cette marque fait du cross canal et en tire des avantages ?