

Cours : CMS et PAO

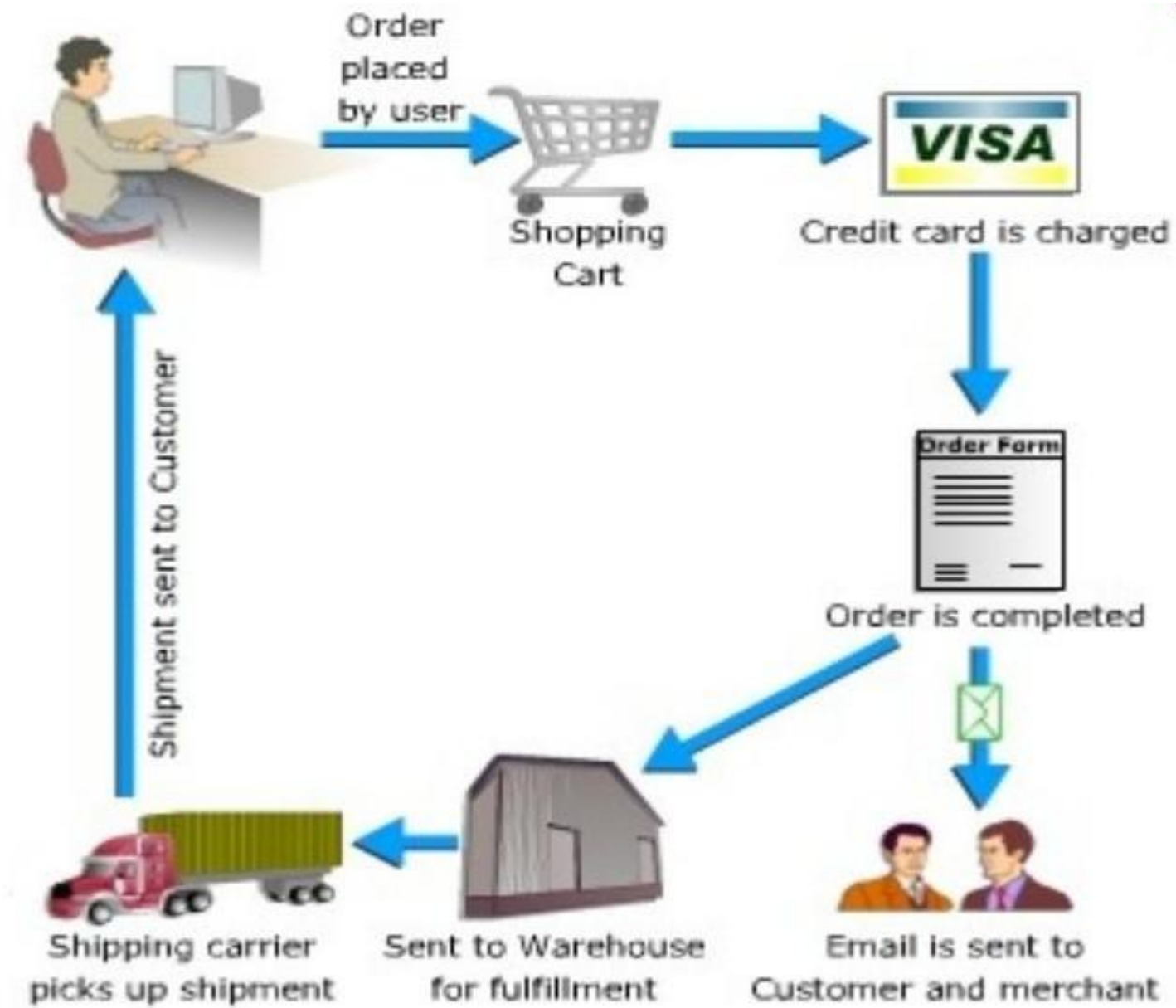
Chapitre 1 : Commerce en ligne

**Dr. Cheikhane
Seyed**

E-Commerce

- Le commerce électronique ou e-commerce est généralement défini comme l'ensemble des méthodes d'achat, de vente, ou d'échange de biens ou de services entre deux entités sur les réseaux informatiques notamment Internet.
- Le e-commerce désigne les échanges de biens et des services via un réseau internet à l'aide des différents types de terminaux (ordinateurs, smartphones, tablettes, tv connectés, etc...) mais également celles réalisées à partir d'applications spécifiques (applications mobiles).

Processus de E-Commerce



Processus de E-Commerce

- Un consommateur utilise un navigateur Web pour se connecter à la home page d'un site marchand sur l'Internet
- Le consommateur parcourt le catalogue des produits disponibles sur le site et en sélectionne certains à acheter. Les produits sélectionnés sont placés dans l'équivalent électronique d'un panier.
- Quand le consommateur est prêt à valider sa commande de produits, il donne une adresse de facturation et de livraison pour l'achat.

Processus de E-Commerce

- Quand le numéro de carte de crédit est validé et que la commande est complétée sur le Serveur de Commerce, le site marchand affiche un reçu confirmant l'achat du consommateur.
- Le serveur de commerce envoie ensuite la commande au Réseau de Traitement pour paiement et complétion de la commande.

Potentiel de e-commerce

- 1.Vendre à distance, un nombre illimité de produit
- 2.Gérer en temps réel le stock en ligne
- 3.Accepter les paiements en ligne sécurisés (carte visa, paypal)
- 4.Suivre et relancer les achats clients
- 5.Réduire les couts et maximiser les marges commerciales
- 6.Accroitre la productivité et augmenter les ventes
- 7.Développer de nouveaux marchés et nouveaux horizons
- 8.Faciliter l'échange d'informations
- 9.Promouvoir de nouveaux services et produits
- 10.Fidéliser les clients

Avantages Pour les entreprises

- Elargir leur marché au-delà des frontières géographiques,
- Améliorer l'efficacité des processus de vente et de distribution
- Réduction des coûts d'exploitation
- Réduction des coûts opérationnels (comme ceux liés à la gestion de magasins physiques)
- Automatisation des ventes (IA, chat bot)

Avantages Pour les consommateurs

- La possibilité de faire des achats 24 heures sur 24, 7 jours sur 7
- Un accès à une variété de produits et services souvent plus large qu'en magasin
- La possibilité de comparer les prix et les avis en quelques clics.

Les inconvénients de e-commerce

- Confiance difficile à établir avec le client
- Risque de fraude plus important
- Garantie de la qualité du produit
- Risque de fidélité de clients
- Nouveaux concurrents

Type du E-commerce

- Business-to-business (B2B)
- Business-to-Consumer (B2C)
- Consumer-to-consumer (C2C)
- Business-to-government (B2G)
- Government to consumer (G2C)
- Government-to-business (G2B)

Type E-Commerce B2B

- Le commerce électronique inter-entreprises concerne les ventes effectuées entre des entreprises
- Le plus souvent, les ventes inter-entreprises se concentrent sur les matières premières ou les produits qui sont re-conditionnés ou combinés avant d'être vendus aux clients.

Exemple B2B

Alibaba



Produits ▾ | Que...  **Rechercher**

Adresse de livraison :  **US**  Français-USD   Se connecter **Créer un compte**

≡ Toutes les catégories Sélections recommandées Trade Assurance Centre des acheteurs Centre d'assistance Télécharger l'application Devenir fournisseur

💰 Alibaba.com vous protège du paiement à la livraison avec Trade Assurance.

Catégories

Chemin de fer + camionnage
FCL
LCL + Express
Type de fournisseur
☐  Trade Assurance
☐  Verified Supplier
Quantité min.

Inférieure à

Pays/région du fournis... ^

☐  Chine
☐  États-Unis d'Amérique

Abroad Shopping Sites
(273 produits disponibles)

 **Livraison GRATUITE** pour votre première commande [Se connecter >](#)



Linéaire publicitaire boîtes à lumière
stand d'exposition Seg boîte à...

293,68-326,31 \$US

Quantité min.: 1 pièce

 5 yrs  CN [Changzhou...](#)

Contactez le fournisseur 



Signalisation commerciale
personnalisée, lettres de...

49,00-59,00 \$US

Quantité min.: 1 pièce

8 yrs  CN [Suzhou Yujiafu Trading Co...](#)

Contactez le fournisseur 



Sacs à provisions en plastique pour
t-shirt avec poignées Conception...

Prêt à être expédié

0,12-0,45 \$US

Quantité min.: 100 pièces

 8 yrs  CN [Guangzhou...](#)

Contactez le fournisseur 



La conception et la production de
panneaux d'éclairage de haute...

15,00-30,00 \$US

Quantité min.: 2 pièces

8 yrs  CN [Suzhou Yujiafu Trading Co...](#)

Contactez le fournisseur 

 Messagerie 

Shopify



Solutions ▾ Pricing Resources ▾ Enterprise What's new ▾ [Log in](#) [Start free trial](#)

Be the next store they line up for

Dream big, build fast, and grow
far on Shopify.

Start free trial

Get 3 days free
then 3 months for \$1/month

[► Why we build Shopify](#)

Type E-Commerce B2C

- Le e-commerce B2C englobe les transactions effectuées entre une entreprise et un consommateur. L'entreprise vend directement ses produits ou services à des consommateurs finaux
- C'est l'un des modèles de vente les plus utilisés dans le contexte du commerce électronique.
- *Par Ex. Lorsque vous achetez des chaussures chez un détaillant de chaussures en ligne, il s'agit d'une transaction d'entreprise à consommateur.*

Exemple B2C

Amazon

amazon.fr

Votre adresse de livraison: **Mauritanie**

Toutes nos catégories ▾

Rechercher Amazon.fr

FR ▾

Bonjour, Identifiez-vous
Compte et listes ▾

Retours
et commandes

Panier

ToutesMeilleures ventesAmazon BasicsDernières NouveautésVentes FlashVendre sur AmazonIdées cadeauxLivresCartes cadeaux ▾

F*ckin' Fred - Nouveau documentaire

Une TV qui sait
ce que vous aimez

fire tv avec Alexa

Lit

Lit

Lit

Luminaire

Luminaire

Luminaire

Ordinateurs

Ordinateurs

Ordinateurs

Téléphones

Téléphones

Téléphones

Aménagez votre maison

Voir plus

High-Tech

Voir plus

Cuisine et maison

Voir plus

Entretenez votre maison

Voir plus

Zalando

Femme

Homme

Enfant

FR

NEW INVêtementsChaussuresAccessoiresStreetwearLuxe & CréateursSportSoinInspirationsPetits prix

Rechercher

Tout > Chaussures

Chaussures

Femme

Homme

Enfant

Trier ▾

Marque ▾

Taille ▾

Couleur ▾

Prix ▾

Matière ▾

Forme du talon ▾

Largeur de chaussure ▾

Bout de la chaussure ▾

Système de fixation ▾

Sélections ▾

Tous les filtres

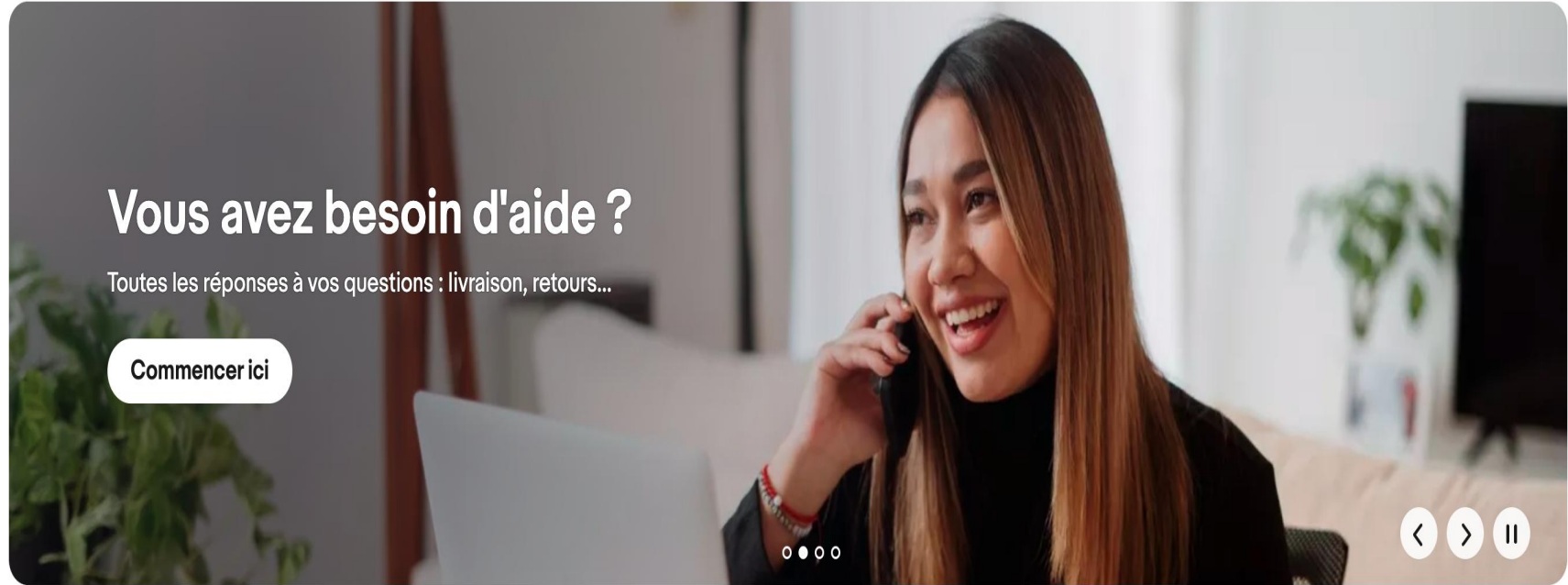
106 142 articles ⓘ

Type E-Commerce C2C

- L'une des premières formes de e-commerce est le modèle C2C. Il se rapporte à la vente de produits ou de services entre les clients.
- Il s'agit notamment des relations de vente de consommateur à consommateur.

Exemple C2C

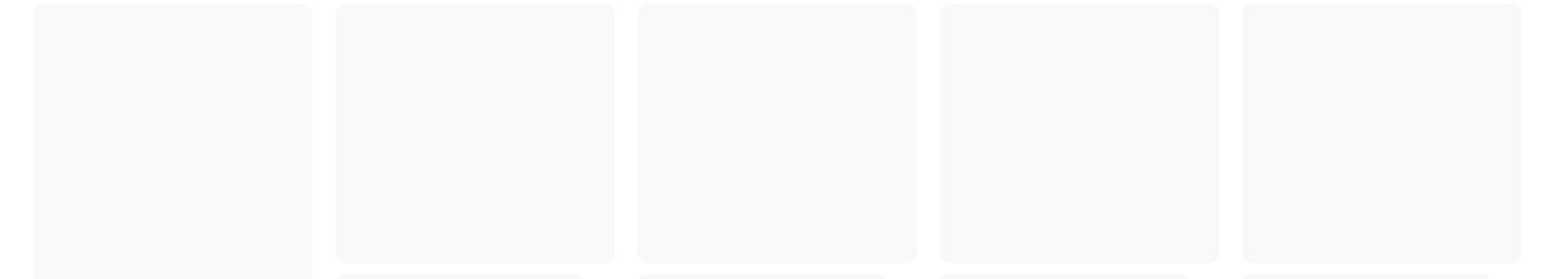
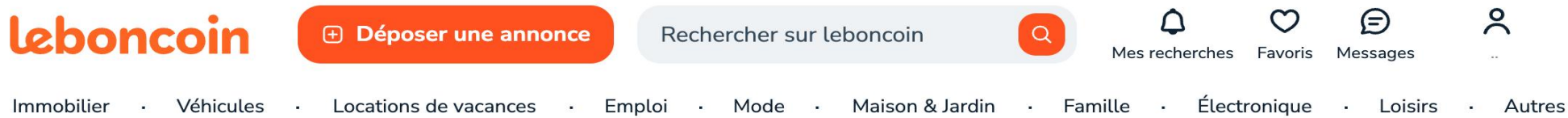
ebay



Choisir eBay



Leboncoin



Autres Type E-Commerce

□ Consumer-to-Business e-commerce

Dans ce modèle, les particuliers proposent des services ou des produits à des entreprises. Par exemple, un freelance qui vend ses compétences à une entreprise via une plateforme comme Upwork.

□ Government-to-Customer e-commerce

Ce modèle fait partie de la e-governance. L'objectif de ce modèle est de fournir des biens et services efficaces à tous les citoyens. les gouvernements fournissent des services en ligne aux citoyens, comme le paiement des impôts ou la demande de documents officiels.

□ Government-to-Business e-commerce

Government-to-business (G2B) est un modèle se référant au gouvernement qui fournit des services et informations aux entreprises

Modèle du E-commerce

1. MarketPlace
2. Dropshipping
3. Abonnement
4. Vente privée
5. Commerce social

MarketPlace (Place de marché)

Il désigne toute plateforme qui met en relation des acheteurs et des vendeurs sur Internet. La plateforme récupère en échange une commission sur les ventes qu'elle a permis de réaliser.

Avantages

- **Large choix pour les consommateurs** : Les acheteurs ont accès à une multitude de produits et de vendeurs en un seul endroit.
- **Visibilité accrue pour les vendeurs** : Les vendeurs bénéficient de la notoriété et du trafic de la plateforme.
- **Modèle économique rentable** : La MarketPlace génère des revenus via des commissions, des frais d'inscription ou des services premium.

Inconvénients

- **Concurrence entre vendeurs** : Les vendeurs doivent rivaliser entre eux sur les prix et la qualité.
- **Dépendance à la plateforme** : Les vendeurs sont soumis aux règles et aux algorithmes de la MarketPlace.
- **Gestion complexe** : La plateforme doit gérer un grand nombre de vendeurs, de produits et de transactions.

Dropshipping

Le Dropshipping est un modèle de e-Commerce où le vendeur ne stocke pas les produits qu'il vend. Au lieu de cela, lorsqu'un client passe une commande, le vendeur achète le produit auprès d'un fournisseur tiers (grossiste ou fabricant), qui se charge ensuite de l'expédition directement au client.

Avantages

- **Faible investissement initial** : Pas besoin de stocker des produits ou de gérer un entrepôt.
- **Flexibilité** : Le vendeur peut proposer une large gamme de produits sans se soucier de la logistique.
- **Évolutivité** : Il est plus facile de tester de nouveaux produits ou marchés sans risque financier important.

Inconvénients

- **Dépendance aux fournisseurs** : La qualité du service dépend du fournisseur (délais de livraison, qualité des produits).
- **Marges réduites** : Les marges bénéficiaires sont souvent plus faibles en raison des coûts supplémentaires liés à l'intermédiation.
- **Concurrence accrue** : Le modèle est facile à mettre en place, ce qui entraîne une forte concurrence.

Abonnement

Le modèle d'abonnement consiste à proposer des produits ou services de manière récurrente, généralement mensuelle ou annuelle, en échange d'un paiement régulier. Ce modèle est particulièrement populaire pour les services numériques (streaming, logiciels) mais aussi pour les produits physiques (box de produits alimentaires, cosmétiques).

Avantages

- **Revenus récurrents** : Les entreprises bénéficient d'un flux de revenus prévisible et stable.
- **Fidélisation des clients** : Les abonnés sont souvent plus fidèles que les acheteurs ponctuels.
- **Personnalisation** : Les entreprises peuvent adapter leurs offres en fonction des préférences des clients.

Inconvénients

- **Dépendance à la rétention** : Il est essentiel de maintenir un taux de désabonnement faible.
- **Concurrence** : Les clients peuvent facilement comparer et changer d'abonnement.
- **Logistique complexe** : Pour les produits physiques, la gestion des envois récurrents peut être coûteuse.

Ventes privées

Les ventes privées ou flash sales consistent à proposer des produits à des prix réduits pendant une période limitée. Ces offres sont souvent réservées à des membres ou à des clients spécifiques, créant un sentiment d'urgence et d'exclusivité.

Avantages

- **Augmentation rapide des ventes** : Les promotions limitées dans le temps incitent les clients à acheter immédiatement.
- **Liquidation des stocks** : Ce modèle est idéal pour écouler des stocks excédentaires ou des produits saisonniers.
- **Fidélisation** : Les clients se sentent privilégiés d'avoir accès à des offres exclusives.

Inconvénients

- **Marges réduites** : Les produits sont vendus à prix réduit, ce qui peut affecter la rentabilité.
- **Dépendance à la fréquence** : Les clients peuvent attendre les promotions avant d'acheter.
- **Logistique intense** : Les périodes de vente nécessitent une gestion rigoureuse des stocks et des livraisons.

Commerce social

Le commerce social consiste à vendre des produits directement via des plateformes de réseaux sociaux comme Instagram, Facebook, TikTok ou Pinterest. Ce modèle s'appuie sur la viralité et l'engagement des utilisateurs pour promouvoir et vendre des produits.

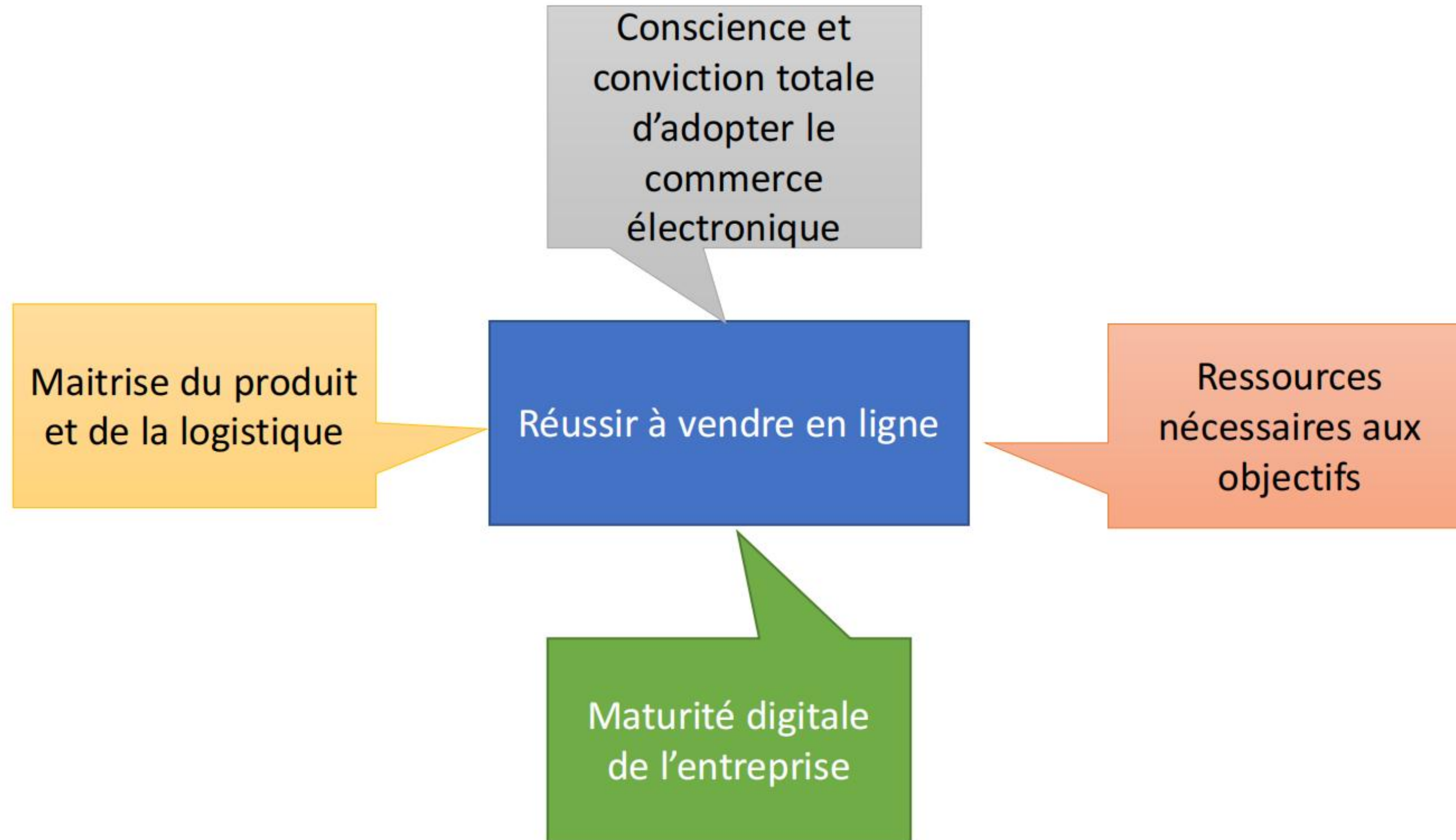
Avantages

- **Portée large** : Les réseaux sociaux offrent un accès à un public mondial.
- **Engagement élevé** : Les marques peuvent interagir directement avec leurs clients.
- **Ventes impulsives** : Les publicités ciblées et les influenceurs peuvent stimuler les ventes.

Inconvénients

- **Dépendance aux algorithmes** : Les changements d'algorithmes peuvent affecter la visibilité des publications.
- **Concurrence** : Les réseaux sociaux sont saturés de publicités et de contenus promotionnels.
- **Limites techniques** : Les fonctionnalités de vente peuvent être limitées par rapport à une plateforme e-Commerce dédiée.

Facteur clé de succès



Composants de e-commerce

- ❑ Plateforme de vente en ligne : Il s'agit du site web ou de l'application mobile qui permet aux utilisateurs de parcourir les produits, de passer des commandes et de payer. Les plateformes peuvent être des solutions sur mesure ou des systèmes préexistants comme Shopify, WooCommerce ou Magento.
- ❑ Système de paiement en ligne : Les transactions financières sont facilitées par des passerelles de paiement sécurisées (comme PayPal, Stripe ou les cartes de crédit) qui garantissent la sécurité des données sensibles.
- ❑ Gestion des stocks : Un système de gestion des stocks est essentiel pour suivre les niveaux de produits disponibles, éviter les ruptures de stock et optimiser les commandes.

Composants de e-commerce

- ❑ Logistique et livraison : La gestion des commandes, l'emballage et la livraison sont des éléments cruciaux pour assurer une expérience client positive. Des partenariats avec des services de livraison comme DHL, FedEx ou des solutions locales sont souvent nécessaires.
- ❑ Service client : Un bon service client en ligne, via le chat, les emails ou les réseaux sociaux, est essentiel pour répondre aux questions et résoudre les problèmes des clients.
- ❑ Sécurité et conformité : La protection des données personnelles et des informations financières est primordiale.

Composants de e-commerce

- Marketing digital : Le e-Commerce repose largement sur des stratégies de marketing digital, incluant le référencement (SEO), les publicités en ligne (Google Ads, Facebook Ads), les campagnes email et les réseaux sociaux pour attirer et fidéliser les clients.