

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS



Information
Technologies

E COMMERCE



Sommaire

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

- Le fil conducteur de notre approche
- Les clés du succès
- Générer du chiffre d'affaires
- Les caractéristiques d'un projet e-commerce
- L'approche multicanal
- Les données connues et celles qui le sont moins

Le fil conducteur

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

- Un existant (une offre, une organisation, un site institutionnel, des ambitions, une plate forme, ...)
- Le client au centre de nos préoccupations
- La CSP des clients
- Un esprit marchand et un objectif de CA
- La technologie et les leviers de développement de trafic sont un moyen et non une finalité
- Le ROI
- Process, bonnes pratiques (ventes on et off line) et créativité
- Approche Back Office et Front Office (progiciels)

Les clés du succès en e commerce

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

Réussir en e-commerce impose l'efficacité : stratégie, observation du marché et des usages, réactivité, agilité, connaissances techniques et bonnes pratiques sur les aspects suivants

- web,
- mobilité, géolocalisation, ...
- réseaux sociaux, crm, connaissance clients, ...
- Ergonomie, merchandising
- système d'information,
-

Les clés du succès en e commerce

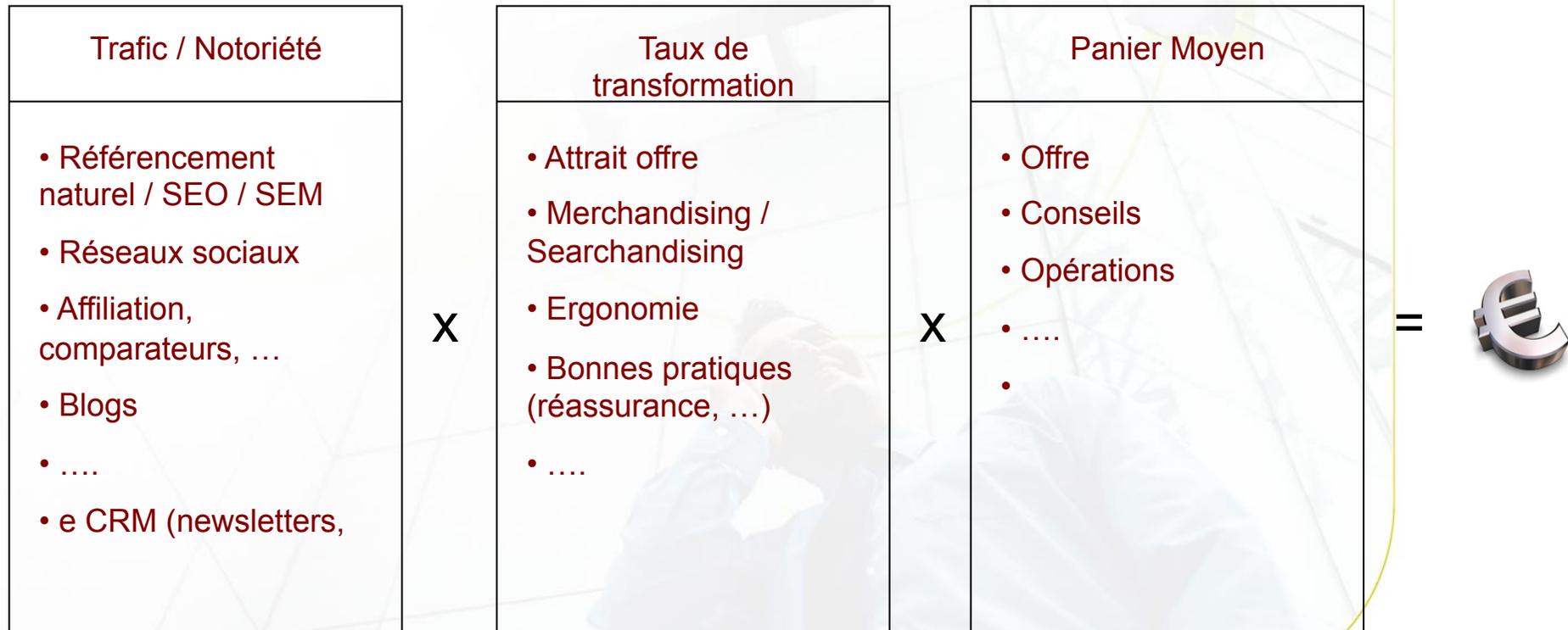
■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

Avoir une démarche efficace pour générer du CA et de la marge :

- 1 : Communication
- 2 : Promotion
- 3 : Vente
- 4 : Distribution
- 5 : Fidélisation

Le chiffre d'affaires généré

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS



L'approche multicanal

- CONSEIL
- SOLUTIONS

INTERNET											MAGASIN								
Sites en propre					Sites 1/3				Autres		En propre			Affiliés					
INSTITUTIONNEL	MARCHAND	GALERIE	VENTES PRIVÉES	DESTOCKAGE	EVENEMENTIEL	BLOG	MARKET-PLACE	GALERIE	BOX MARCHANDE	BLOG	SITE AFFILIATION	COMPARATEUR	APPLET MOBILE	BORNES	VILLE	CENTRE COMMERCIAL	CORNER-MULTI	EPHEMERE	MOBILE

Amélioration du trafic ==>



<== Amélioration du trafic

Leviers	
Endogènes	Exogènes
Référencement naturel	Centre appels
Référencement payant	Widgets
Stratégie le liens	Publicité CPM, CPC, ...
Outils moteurs recherche	Location BDD/ emailing
Rédactionnel	Jeu concours / promos
	SMS
	Réseaux sociaux
	Blogs
	Street marketing

MARKETING E CRM

Analyse concurrence et marché
Veille technico-économique
Capitalisation parcours client

Leviers
Publicité magasin
Publicité magazines
Publicité radio
Publicité tv
Jeu concours / promos
SMS
Couponing
Street marketing

Les spécificités du web

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

Les caractéristiques du marché de développement de visibilité web sont :

- évolution permanente des :
 - marchés
 - tendances
 - technologies
- multiplicité des prestataires avec des compétences sur « 2 ou 3 leviers » et très souvent orientés « pure player »
- multiplicité des leviers à actionner en fonction de
 - csp , profil cible
 - saisonnalité
 - type de produits
 - zone géographique

Les données connues

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

- Les chiffres de l' e-commerce
- 2 mondes : pure players et click and mortars
- L' évolution du comportement et la maturité de l' internaute acheteur
- L' influence des phénomènes communautaires
 - réseaux sociaux
 - avis d' internautes
 - impacts des blogs
- Les incontournables : google, facebook, youtube, amazon, eBay, groupon, ventes privées, apple,

Des données moins connues

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

- Les taux de transformation par nature de site marchand
- Le comportement des acheteurs et des internautes
- L'importance d'une stratégie multicanal
- Les bonnes pratiques (ergonomie, design, merchandising,)
- Le service client
- Les limites de « packages » e-commerce ou e-crm, l'importance d'une solution complète (front et back office)
- L'efficacité (ou le manque d'efficacité) des différents acteurs du web (régie publicitaire, agence de référencement, web agency,)

... et encore

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

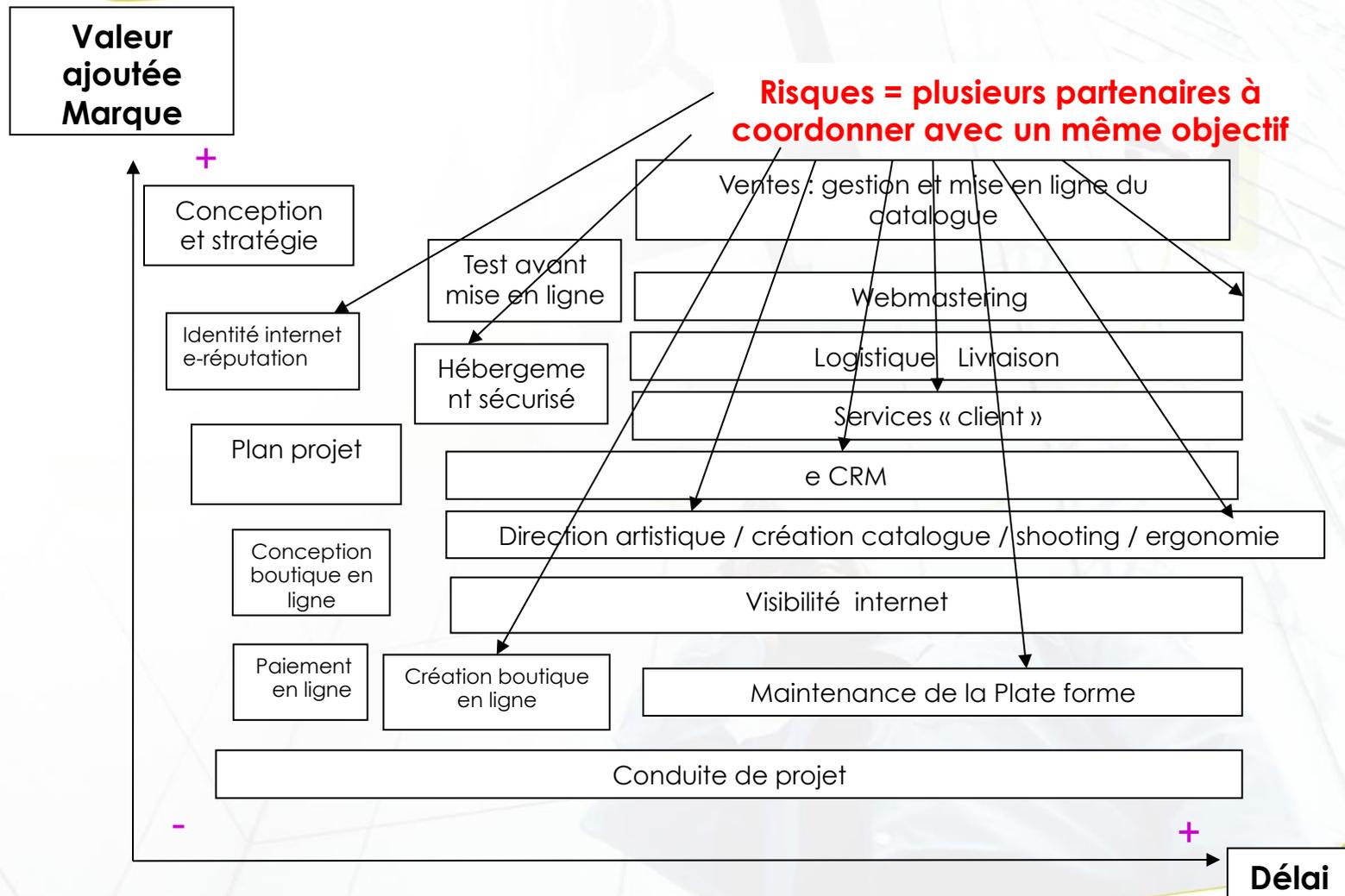
1 - ROPO (research on line, purchase off line) n'est pas une tendance qui va mourir, alors que la culture numérique grand public continue d'évoluer ou BOPO (booking on line, purchase off line)

Google estime que les ventes en magasin influencées par la recherche en ligne augmentera de 12 pour cent cette année.

2 - la livraison en magasin déclenche des ventes en magasin

La complexité d'un projet ecommerce

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS



... et ces points à traiter

■ CONSEIL
■ SOLUTIONS

Définir l'organisation cible

Qui porte le chiffre d'affaire ?

Approvisionnement & gestion des stocks

Comment gérer les stocks ?

Stocks dédiés *versus* mutualisation ?

Quels arbitrages entre les canaux ?

Comment gérer la pénurie ?

Organisation & moyens logistiques

Quel type d'entrepôt ?

Comment réaliser les livraisons / le meilleur service