

DÉCOUVREZ LE MAGAZINE RÉFÉRENCES EN LIGNE

NL • FR • Recruter via Références?



JOBS

ENTREPRISES

CARRIÈRE

TESTS & OUTILS

FORUM

S
C

VIDÉO

Recherchez par métier, mots-clés ou nom d'entreprise

DAN Toutes les régic

RECHERC

Recherche
approfondie



0

Like

5

Tweeter

4

Share

Intégrez l'e-commerce dans votre stratégie commerciale

Un commerçant ne doit plus se poser la question "faut-il se lancer dans la vente en ligne ?", mais plutôt "comment se préparer à l'attitude du consommateur de plus en plus cross-canal ?"



Damien Jacob, professeur invité à HEC-Ulg et Expert à l'Agence Wallonne des Télécommunications

Le **commerce sur Internet** est en très forte croissance ces dernières années. Tout le commerce se retrouvera-t-il à l'avenir sur Internet ? Cela n'est pas certain, du moins sous la forme de l'Internet actuel. Car celui-ci évolue. Pour ne prendre qu'un exemple, les **tablettes tactiles** ont modifié les habitudes des internautes, en permettant une consultation en ligne "sur le champ", n'importe où dans la maison, et avec une grande facilité grâce à l'écran tactile.

L'attitude "cross-canal" du consommateur

Au delà de cette évolution du canal "électronique", le secteur du commerce est bousculé par l'**attitude "cross-canal" du consommateur**, qui jongle de plus en plus avec les différents canaux à sa disposition pour interagir avec le commerçant, tant pour s'informer que pour commander et pour être servi.

Auparavant, la totalité du **processus d'achat** (étapes de recherche d'information, de commande, de livraison)

se réalisait presque systématiquement en une seule visite en boutique. Ces étapes sont maintenant beaucoup plus souvent **distinctes**, dans le temps et dans les lieux.

Le consommateur peut très bien en premier lieu s'**informer** sur Internet pour repérer les modèles d'un produit qui l'intéressent et consulter en ligne la liste des boutiques qui les revendent, puis **se déplacer** dans une de ces points de vente pour "voir" le produit, pour vérifier la qualité en le touchant, et éventuellement pour obtenir l'un ou l'autre complément d'information, et puis après **passer commande** non pas au magasin, mais via son smartphone auprès de la boutique en ligne qui affiche le **prix le plus avantageux** et promet un bon service. Il recevra à son domicile le produit commandé. Mais, se rendant compte qu'il préfère finalement une autre couleur, il le ramènera chez le libraire de quartier, qui fait office de "**point-relais**", et y retirera enfin quelques jours plus tard son choix final.

L'enjeu pour l'entreprise est d'être prête pour ce "cross-canal"

L'**e-commerce** est un des moyens pour servir le consommateur qui adopte cette attitude. Il s'agit probablement d'une étape, vraisemblablement significative mais probablement pas unique, dans un processus qui commence déjà à modifier significativement le commerce traditionnel.

Les frontières entre **e-commerce** via un site web, **m-commerce** et **commerce en boutique physique** vont considérablement s'estomper pour offrir une **expérience d'achat "seamless"** d'un canal à l'autre. Les enseignes de distribution devraient ainsi développer les offres de **pick-up** (achat en ligne et retrait en magasin) et déployer bornes et tablettes en magasin en tant surtout qu'outils d'aide à la vente. Quant aux e-commerçants "**pure players**", ils devraient de plus en plus déployer leurs propres points de retrait et multiplier les services mobiles.

Ces évolutions peuvent se résumer en un triple souhait du consommateur : pouvoir acheter n'importe quand, à n'importe quel endroit et via le terminal de son choix : "**Anytime, anywhere and anydevice**" !

Cet article est extrait du livre " e-Commerce: les bonnes pratiques pour réussir " (Editeur Edipro -<http://www.edipro.info>)

[Toutes nos offres d'emploi dans le secteur de l'e-commerce](#)

0

Like

5

Tweeter

4

Share

15-01-2013 - Texte:

[Technologie](#) - [HEC](#) - [Sales](#) - [e-commerce](#) - [commerce internet](#) - [stratégie commerciale sur internet](#) - [cross-canal](#) - [commerce en ligne](#) - [Damien Jacob](#) - [hec](#)

LIRE AUSSI

[Les métiers de l'e-commerce](#)

[Guérilla RH dans l'e-commerce](#)

[Commerce équitable : quelle présence sur le lieu de travail ?](#)

[Commerce de détail & de gros](#)

VOUS CERCHEZ UN EMPLOI?

Medewerker Commerciële Administratie (fulltime, 4/5 bespreekbaar) chez Kiwa Belgium (Berchem/Antwerpen) via Martens & Brijs

CONSEILLER COMMERCIAL chez BMW GENET

Assistant commercial fr-all (CDI) Liège chez Unique Office

ACCOUNT MANAGER VLAANDEREN chez Hays Sales & Marketing Antwerpen via Hays Sales & Marketing

[Technisch Account Manager](#) chez D'Hont via Fizzle

Gagnez-vous ce que vous méritez?  **Références**
Évaluez maintenant votre salaire avec le nouveau **Compas des salaires**

Références SA
Jobs & Careers
C.V.

Tour & Taxis
Avenue du Port
86C, bte 100
1000 Bruxelles

Bureau Reconnu
Jobs & Careers
VG.1245/B

actions.commerciales@referenc.es.be

Références sur
Facebook

Références sur
Twitter



Lire le magazine
Références online

Télécharger le
magazine
Références

[Protection de la vie privée](#) | [Conditions d'utilisation](#)