



Cours d'E-commerce

Dispensé par Ass. SERGE KIKOBYA

ISIG-GOMA
<http://ebook.isig.ac.cd>

Objectifs:

- ▶ Acquérir les notions de base liées à la pratique des affaires sur Internet.
- ▶ Saisir l'importance des affaires électroniques et leur implication dans le monde des affaires d'aujourd'hui
- ▶ Comprendre les avantages potentiels du commerce électronique par rapport aux approches commerciales classiques
- ▶ Comprendre le fonctionnement du commerce sur Internet et identifier les différentes possibilités d'affaires sur Internet.
- ▶ Comprendre les bases du marketing et de la publicité sur Internet
- ▶ S'appréhender des avantages & désavantages du commerce électronique



Objectifs du cours

Commerce Electronique en L2-IG&RTEL

2018 - 2019





PLAN DU COURS

- **Chap.0. Généralités & définitions**
- **Chap.1. Introduction au Commerce Electronique**
- **Chap.2. Les enjeux d'E-commerce**
- **Chap.3. Composants site web d'E-commerce**
- **Chap.4. Paiement Electronique**
- **Chap.5. Passerelle de paiement**
- **Chap.6. Pratique site web d'E-commerce (Scratch ou CMS)**

- **Commerce:** Echanges de biens et services d'un producteur vers un consommateur moyennant un paiement
- **Introduction:** Actuellement toutes les entreprises créées leurs propres sites web pour proposer ses produits & services aux clients distants
- **E-commerce:** Généralement connu comme le marketing électronique, consiste à acheter et vendre des biens et services via un système électronique tel que l'Internet

L'e-commerce est l'achat, la vente et l'échange de biens et services sur un réseau informatique à travers lequel les transactions ou termes de vente sont effectués électroniquement

- **Cyber consommateur:** est un client qui utilise l'Internet pour acheter un produit ou service
- **La boutique électronique:** a les éléments de base sur front-office qui comprend :
 - un catalogue électronique;
 - un moteur de recherche pour faciliter la recherche;
 - le paiement sécurisé par un tiers;
 - un système panier;
 - un système de suivi des commandes;



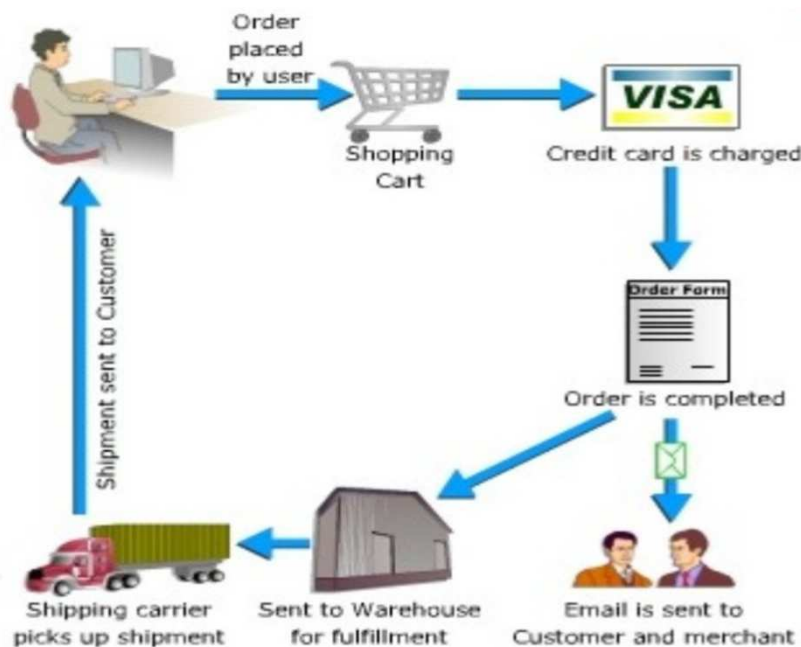
I. Généralités

➤ E-commerce VS E-business

E-commerce: permet de vendre et acheter des biens & services sur Internet;

E-business: est une notion très large par rapport à E-commerce (achat, vente, fidélisation clientèle, service après vente, Newsletter, etc.) et utilise tout les supports de NTIC

➤ Le processus E-commerce



1. Un consommateur utilise un **navigateur Web** pour se connecter à la home page d'un **site marchand** sur Internet
2. 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**
3. Quand le consommateur est prêt à valider sa commande de produits, il passe au **CHECKOUT** et donne une adresse de facturation et de livraison
4. Quand le numéro de **carte de crédit** est validé par le **système de paiement (banque)** et que la commande est vérifiée sur le serveur du marchand, on lui affiche/envoie un **reçu/mail confirmant** son achat
5. Et reste en attente de **livraison**

CATEGORIE D'E-COMMERCE

1. Entreprise à Entreprise (B-to-B), e-Commerce entre 2 organisations

2. Entreprise à Consommateur (B-to-C), échange entre entreprise et consommateur

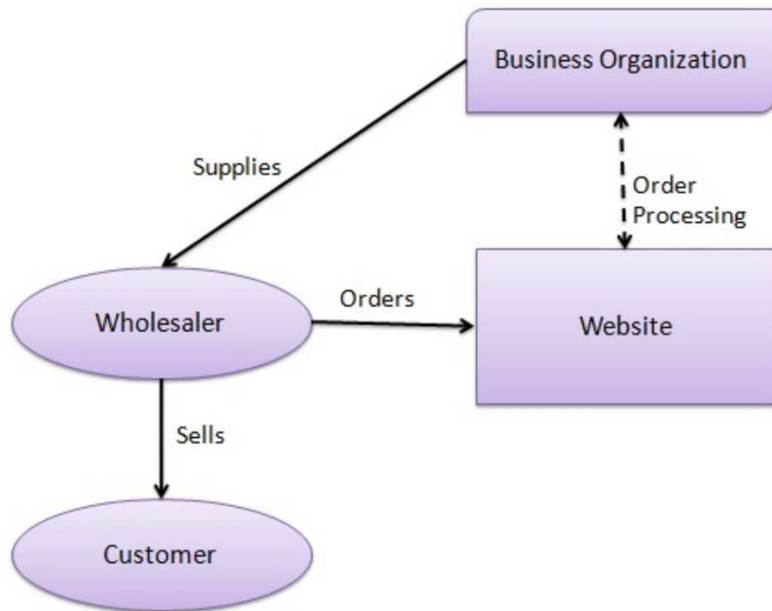
3. Gouvernement à Citadin (G-to-C), ensemble des services que le gouvernement fait payer les citoyens en ligne (VISA, Taxes, etc.)

	Business	Consumer	Government
Business	B2B conisint.com	B2C dell.com	B2G lockheedmartin.com
Consumer	C2B priceline.com	C2C ebay.com	C2G eGov.com
Government	G2B export.gov	G2C medicare.gov	G2G disasterhelp.gov

➤ Les formes du E-commerce

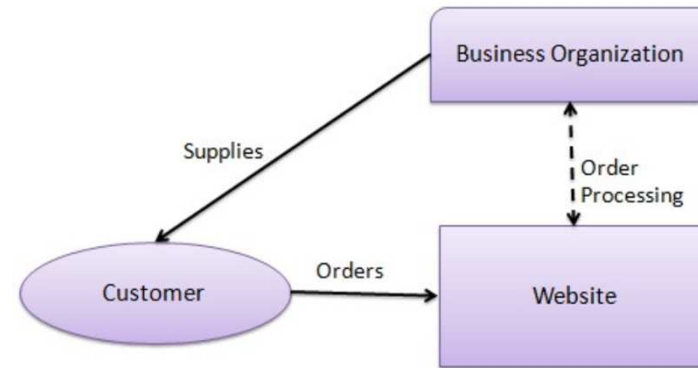
- **B2B**: est l'e-commerce entre compagnies, cela représente environ 80% de l'e-Commerce

EXEMPLE: Intel vendant des processeurs à Dell

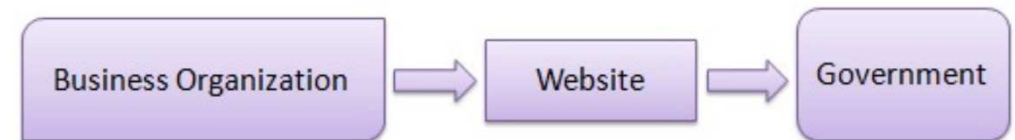


- **B2C**: Business-to-consumer: e-commerce entre compagnies et consommateurs

Exemple: Dell me vendant un ordinateur portable



- **B2G**: Business-to-government: e-commerce entre des compagnies et le secteur publique/gouvernementale
Exemple: Paiement de taxes, remise de dossiers, ou vente de biens et services aux agences gouvernementales

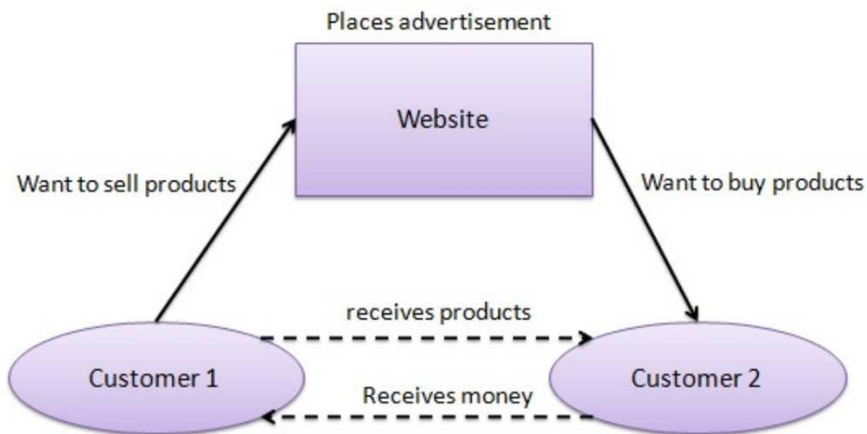


➤ Les formes du E-commerce

- **C2C**: Consumer-to-consumer, e-commerce entre personnes privées ou consommateurs

Ex: - Kakule achetant un iPod à Kambale sur eBay

- Moi vendant mon livre sur amazon



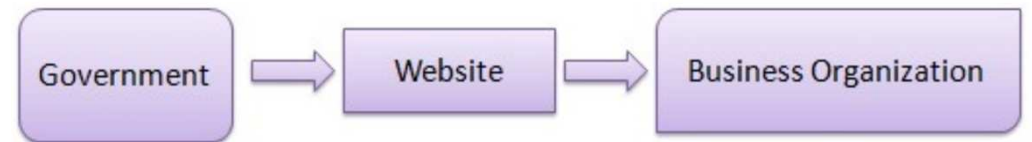
- **G2C**: Government-to-Citizen; c'est e-Governance: fournir des biens et services efficaces à tous les citoyens:

- Informations sur tous les départements du gouvernement; - Différents schémas d'aide sociale; - Différents formulaires devant être utilisés par les citoyens



- **G2B**: Government-to-business; est un modèle d'e-commerce référant au gouvernement qui fournit des services et informations aux entreprises

Ex: site web du gouvernement supportent des fonctionnalités d'enchères, de tendances et de réponse à des appels d'offre



➤ Avantages de l'e-commerce

- Procédure rapide d'achat/vente, moyen facile de trouver des produits;
- Achats et ventes 24h/24 et 7jours/7
- Atteinte d'un plus grand nombre de consommateurs, il n'y a pas de limite géographique (en théorie)
- Bas coût opérationnel et meilleure qualité de service
- Pas besoin de points de vente physiques
- Entreprise facile à démarrer et à gérer
- Les clients peuvent facilement choisir des produits de différents fournisseurs sans se déplacer physiquement

➤ Désavantages de l'E-commerce

- Incapacité d'examiner personnellement les produits
- Tout le monde n'est pas (encore) connecté à l'Internet
- Possibilité de vol de numéros de carte de crédit
- Des pannes mécaniques peuvent causer des effets imprédictible sur le processus global.

1. Les avantages du E-commerce pour l'Entreprise:

- Gagner des nouveaux parts de marché: car la disponibilité du site web 24h/24 et 7j/7;
- Vendre les produits direct: sans recours aux intermédiaire
- Faible coûts
- Offrir aux clients le meilleur expérience utilisateur

2. Les avantages d'E-commerce pour le client:

- Permet la recherche de meilleur prix
- Gagner de temps;
- Offre actualisée;
- Possibilité d'acheter 24h/24, 7j/7
- Déléguer la gestion des paiements à un opérateur tiers capable de sécuriser les opérations

3. Les limites d'E-commerce ou les inconvénients

A. Pour les Entreprises

- Manque de confiance et sécurité de paiement
- Résistance des intermédiaires (perte de CA)
- Recours au professionnel ou embaucher des techniciens spécialistes

B. Pour les Clients

- Insécurité de paiement
- Manque de contact physique avec le produit
- Difficultés de recours en cas de problème
- Retard de livraison

➤ Paquetages de création de site e-commerce

3 méthodologies

- **In-house:** notre propre solution

- **Online instant:** de site web de création & déploiement de site web d'e-commerce (sous-traitance)

- **Storefront:** via de logiciel de développement (CMS, etc.) pour choisir on va voir: le coût, la facilité d'usage & respect des standards, OS de déploiement (Windows, linux ou autre), serveur web (IIS, Apache ou autre), SGBD (facile à installer & utiliser, autoconfiguration des paramètres de performance, scalabilité pour supporter plusieurs processeurs voir plusieurs serveurs, réplication de données distribuée, intégration sur Internet)

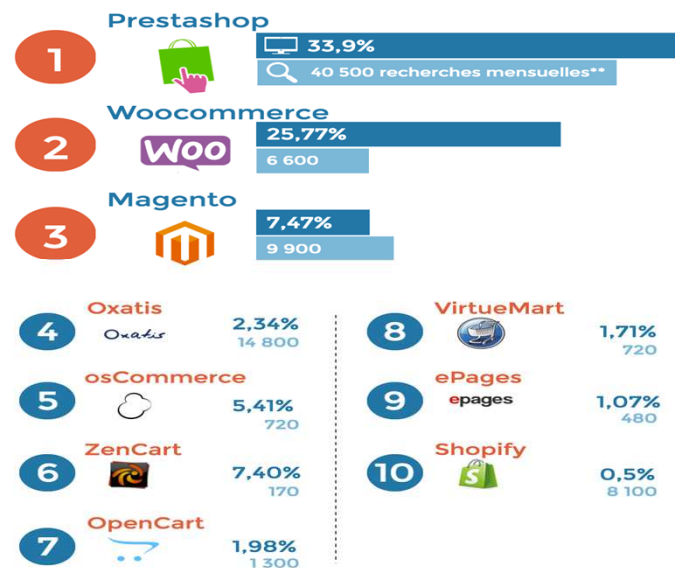
Considérations:

- Budget; Information sur les produits; Ventes attendues et structure de prix; Fonctionnalités nécessaires et souhaitables; Création et gestion du site; Besoins en hébergement du site; Autorisation de paiement

Top 10 CMS Ecommerce

Décryptage des 10 solutions Ecommerce les plus utilisées

1 Les 10 CMS Ecommerce les plus utilisés en France*



2 Parts de marché mondiales des CMS Ecommerce*



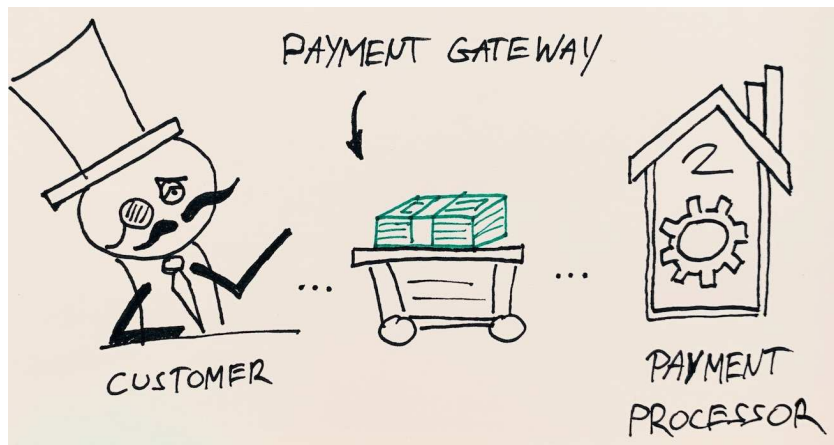
➤ Procéder aux paiements

Trois modèles de paiement électronique:

- Modèle Cash
- Modèle Chèque
- Modèle Crédit

➤ Qu'est-ce qu'une passerelle de paiement?

Est l'intermédiaire entre votre boutique en ligne et le processeur de paiement qui reçoit le paiement de votre client. En d'autres termes, une fois qu'un client a saisi ses informations de paiement sur votre site, la passerelle de paiement se charge de l'envoi sécurisé de ces données au processeur de paiement.



- **Stripe** : 2.9 % par transaction
- **Payline**: Frais propres à la carte de crédit + 0.3 % par transaction + 10 \$ par mois
- **Authorize.Net**: 2.9 % par transaction + 25 \$ par mois
- **PayPal**: 2.9 %
- **2Checkout**: 3.5 % par transaction

NB: Pour le Rwanda, on a établi un partenariat avec les principaux fournisseurs de services de paiement internationaux (VISA, MasterCard, etc.) et locaux comme: Airtel, mPesa, MTN, Pesa, Tigo, Voda, BNR, etc. Vos clients peuvent payer dans leur devise locale en utilisant leur moyen de paiement préféré.





Travaux Pratiques

Ensemble des questions de recherche sur e-commerce

➤ TP1: Parlez de

Loi et Internet:

- Comment établir et protéger une marque
- Citez les documents administratifs/juridiques & leurs rôles nécessaire pour créer une entreprise en RDC
- Parler de la propriété intellectuelle
- Identifier les problèmes de taxation dans E-commerce
- Parler de privacité et confidentialité
- Identifier les lois du commerce international
- Quels sont les menaces contre une marque (contrefaçon, utilisation non autorisée de logos, parodies de noms de domaine, désinformation, rumeurs, imposteurs)
- Parler de la pratique éthiques des affaires (douteuses: vendre des informations sur ses clients sans permission, spamming, logiciels espions)
- Comparer les fonctionnalités de 2 sites d'e-commerce concurrents
- Comparer les avantages et inconvénients de l'e-commerce avec les méthodes de vente traditionnelles

Web Marketing:

- Identifier les buts du marketing dans l'e-commerce
- Déterminer les marchés globaux ou ciblés par produits populaires
- Evaluer la démographie d'Internet et sa pertinence
- Comment détermine-t-on les préférences des consommateurs
- Comment évaluer les marges de prix des produits et leurs changements
- Parler des Tags <META> et moteurs de recherche
- Comment promouvoir et faire la publicité d'un site e-commerce
- Quel est le but du marketing (améliorer le service et la satisfaction des consommateurs, vendre de nouveaux produits)
- Marché global vs Marché de niche
- Parler de la promotion en ligne (bannière d'annonce, site de référencement, blog d'annonce, pop-up et annonce associée, spam e-mail, email ciblé)
- Tracking et paiement des annonces (per-click, per-lead, per-sale, per-view) lead = redirection

Utilisabilité des sites:

- Créer le plan du site e-commerce
- Constituer son cahier de charge fonctionnel

Gestion des relations client (CRM) et e-commerce:

- Comment détermine-t-on les préférences des utilisateurs (surveys, FAQ, emails)
- La satisfaction du client peut être négativement influencée par quels facteurs?
(difficulté à trouver le produit désiré, indisponibilité des produits, durée de livraison trop longues, produits endommagés durant le transport, erreur de produit livré, erreurs de facturation, procédure compliquée pour un retour de produit)
- Identifier les relations entre la démographie des clients et les ventes de produits
- Comment localiser et identifier les clients potentiels
- Quels sont les outils et méthodologies du service client?

(Synchrones: chat, téléphone (callback), messagerie vocale (informatisée), co-navigation/contrôle à distance, Asynchrones: email, formulaires en ligne, ...)

Self-services: comptes client et profils, FAQ, Base de connaissance, aide, communautés en ligne

- Elaborer un questionnaire d'enquête pour connaître son client et son produit phare
- Identifier les problèmes de sécurité pour les sites e-commerce
- Différenciez les marchés horizontaux (un produit/service est vendu à des compagnies de différents secteurs industriels) et verticaux (unit plusieurs fabricants de la même industrie)
- Différenciez les Biens directs et indirects, Marchés publics et privés
- Définissez ces concepts des affaires (supply chain, approvisionnement, inventaire et contrôle des commandes, livraisons)
- Pourquoi les supports de communication chiffrés et le Webservice en e-commerce





Merci de votre attention

Serge KIKOBYA



+243 993 40 45 85



sergekikoby@isig.ac.cd



www.isig.ac.cd

