

Etape n°1 - objectif global : s'intégrer dans le point de vente -

C 4.1.2
S 3.2.1

C4- Participer à l'exploitation commerciale du point de vente - Thème n°1 : Identifier le point de vente.

TP N°1 du Chapitre n° 26 : Les nouvelles technologies liées aux nouvelles méthodes de vente.

TP N°1 du CHAPITRE N°26 : Les nouvelles technologies liées aux nouvelles méthodes de vente

OBJECTIF : être capable de positionner le point de vente sur le marché : être capable de dégager les points forts et les points faibles des méthodes de vente utilisées :

Mise en situation :

Vous êtes en P.F.E. dans le magasin Denain Sports. Votre tuteur, Mr SAYRIEN Jean souhaite développer son activité commerciale. Il entend souvent parler « d'Internet », mais il n'y connaît vraiment rien. Il vous demande donc de l'éclaircir sur ce sujet.

Vous allez donc expliquer dans un premier temps l'intérêt d'Internet, puis vous énoncerez quelques recommandations dans la mise en place de ce projet.

ACTIVITÉ N°1 :

Vous commencez par prendre connaissance du document n°1 (extraits de 2 brochures « le monde au bout des doigts » des Editions HACHETTE et « L'essentiel d'Internet » des magasins E.LECLERC).

☒ **Répondez** aux questions suivantes, par vrai ou faux, à partir du document n°1. Cochez la case de votre choix.

QUESTIONS		VRAI	FAUX
1	Il est indispensable d'avoir un ordinateur relié à une prise téléphonique, par le biais d'un modem pour avoir accès à Internet	☐	☐
2	Un Modem est un appareil interne ou externe à un ordinateur qui permet de relier ce dernier au réseau Internet par l'intermédiaire du réseau public téléphonique et du fournisseur d'accès	☐	☐
3	Il est nécessaire de posséder un logiciel de navigation pour « naviguer » librement sur Internet.	☐	☐
4	Sans fournisseur d'accès à Internet, je ne peux pas me « connecter » sur le réseau Internet.	☐	☐
5	Le réseau Internet est payant. Je paie la communication téléphonique nationale (entre la France et les autres pays où sont situés les sites Web)	☐	☐
6	Je ne paie pas les communications téléphoniques lorsque je me connecte sur un site Web français.	☐	☐
7	Je paie des communications téléphoniques locales que si je me connecte sur un site Web français.	☐	☐
8	Sur Internet je peux téléphoner à une personne à l'autre bout du monde, en ne payant qu'une communication locale.	☐	☐
9	Sur Internet je peux même voir mon correspondant sur l'écran de mon ordinateur, lorsque je communique avec lui, même s'il est à l'autre bout du monde. Il doit avoir une caméra (Web-Cam) connectée à son ordinateur.	☐	☐
10	Voir un correspondant (Internaute particulier) par Web-Cam est payant (par abonnement ou par connection)	☐	☐
11	Lorsque j'achète un produit par Internet à un Site Web français je ne paie pas de TVA.	☐	☐
12	Lorsque j'achète un produit sur un Site Web à l'étranger, je dois payer la TVA du pays + la TVA française.	☐	☐
13	Sur Internet, on peut trouver des informations et des documents du monde entier.	☐	☐
14	Le fournisseur d'accès est associé obligatoirement à un moteur de recherche qui permet de trouver des informations grâce à un ou plusieurs mots choisis.	☐	☐
15	La qualité des communications par Internet reste encore médiocre.	☐	☐
16	On peut acheter un produit sur un site Web étranger qu'avec une carte bancaire ou de crédit internationale (De type VISA ou EuroCard MasterCard, ou American Express.)	☐	☐
17	Grâce à son e-mail (ou boîte aux lettres électronique), on peut recevoir un morceau de musique d'un correspondant	☐	☐
18	Pour payer des articles achetés par le biais d'Internet, il faut introduire sa carte bancaire dans le Modem.	☐	☐
19	Le développement d'Internet va permettre de créer des nouveaux emplois à domicile.	☐	☐
20	Grâce à Internet, on peut se brancher sur un « Super-ordinateur », comme celui du F.B.I., de La Maison Blanche ou de la C.I.A. pour obtenir des données tenues secrètes.	☐	☐

ACTIVITÉ N°2 :

Vous commencez par prendre connaissance du document n°2 (extraits d'articles parus dans la revue « Commerce Magazine » - 04/1999 et 10/1999).

☒ **Répondez** aux questions suivantes, à partir de celui-ci.

1. Qui peut réaliser le site Web du magasin Denain Sports ? (4 possibilités)

☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

2. Qu'est-ce qui est obligatoire pour un site web ?

☐

3. Qu'est-ce que l'Afnic ? Quel est son rôle ?

☐	☐
-----------------------	-----------------------

4. Comment faire connaître son site web à ses clients ? Donnez les 4 solutions proposées.

☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

5. Quel est l'intérêt d'utiliser des mots-clés ?

☐

6. Pourquoi faut-il qu'il y ait un suivi du site Web ?

☐

7. Qu'est-ce que le « tracking »

☐

8. Quels sont les inconvénients du paiement en ligne, pour le commerçant et pour le consommateur ?

☐ Pour le commerçant :	☐ Pour le consommateur :
--	--

9. Quelles sont les solutions à mettre en place aujourd'hui pour sécuriser le consommateur dans ses paiements ?

☐

10. Quel système actuel (entre les protocoles SSL et SET) est le plus fiable ? Expliquez en quoi cela consiste.

☐ SSL	☐
☐ SET	

11. Quel système sera mis en place dans le semestre prochain pour améliorer le paiement sécurisé ? En quoi cela consiste ?

Etape n°1 - *objectif global* : s'intégrer dans le point de vente -

C 4.1.2

C4- Participer à l'exploitation commerciale du point de vente - Thème n°1 : Identifier le point de vente.

S 3.2.1

TP N°1 du Chapitre n° 26 : Les nouvelles technologies liées aux nouvelles méthodes de vente.

☐	☐
-----------------------	-----------------------

12. Quelle est la technique de vente associée à Internet ? Quelle en est le nom de la méthode employée ? De quelle(s) méthode(s) se rapproche-t-elle ?

☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------

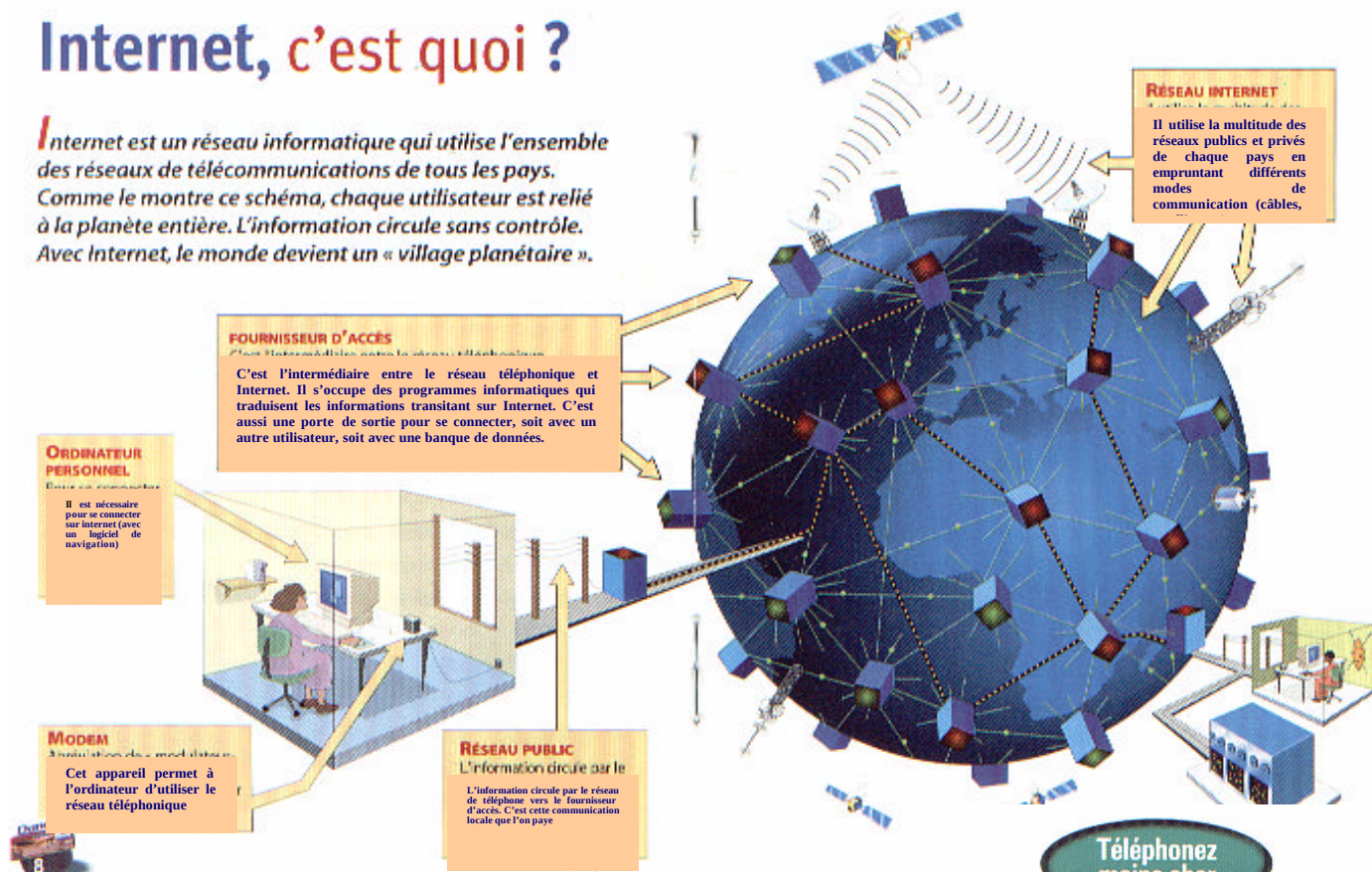
13. Quelle législation est applicable pour des litiges commerciaux par Internet ?

☐

DOCUMENT N°1 :

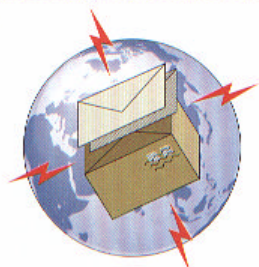
Internet, c'est quoi ?

Internet est un réseau informatique qui utilise l'ensemble des réseaux de télécommunications de tous les pays. Comme le montre ce schéma, chaque utilisateur est relié à la planète entière. L'information circule sans contrôle. Avec Internet, le monde devient un « village planétaire ».



À quoi sert Internet ?

Les textes et les images s'affichent directement sur l'écran. Des millions d'entreprises, d'organismes divers et de particuliers possèdent leur « site web ». Sur le web, on navigue librement : il suffit d'un clic de souris, sur un mot ou une image, pour être aussitôt transporté vers un nouveau site.



Échanger du courrier électronique : chaque utilisateur possède sa propre adresse et sa « boîte aux lettres » électronique. Il peut échanger des messages avec des correspondants du monde entier, instantanément et sans formalités, ou envoyer une photo, une séquence musicale...



Internet offre plusieurs moyens de dialoguer en temps réel avec des interlocuteurs du monde entier. On peut échanger des textes, des images et des sons.

Dialoguer sur Internet

Les dialogues peuvent se faire sous forme de texte. Dès que l'on se connecte sur un « canal », les messages que les participants sont en train d'échanger, apparaissent à l'écran. Pour se joindre à la conversation, il suffit de taper un texte sur son clavier. Ainsi, le CU-SeeMe (pour « See you, see me », « Je te vois, tu me vois »), est un procédé souple et bon marché de visio-conférence, alliant le son et l'image. Pour participer, il suffit alors de brancher sur son ordinateur, une mini caméra noir et blanc.



Achetez sur Internet

Vous entendez de plus en plus parler de commerce électronique, d'achats en ligne.

On peut effectuer toutes sortes d'achats sur Internet et même y trouver ce qu'on ne trouve pas ailleurs (ex. : le didgeridoo, instrument de musique des aborigènes australiens...).

Il est vrai que l'on peut parfois réaliser de bonnes affaires, mais :

- N'oubliez pas que si vous achetez des produits à l'étranger, il vous faudra acquitter la TVA française en plus.
- N'oubliez pas non plus de vérifier le montant des frais de port ainsi que les délais de livraison.
- Enfin ne donnez votre numéro de carte de crédit qu'à un site dont vous êtes sûr du professionnalisme.

Téléphonez moins cher



A l'aide d'un logiciel spécifique (exemple : Netmeeting de Microsoft), vous pouvez parler avec un correspondant à l'autre bout du monde pour le prix d'une communication locale*.

La communication n'est pas de très bonne qualité et la transmission de la voix n'est pas instantanée (quelques secondes de décalage entre le moment où vous parlez et celui où votre correspondant vous entend) mais si vous avez de la famille ou des amis à l'étranger** vous pouvez réaliser des économies importantes sur votre facture de téléphone.

Travailler à distance : Telnet, « l'émulation de terminal »,



permet de se brancher depuis chez soi sur un super ordinateur, situé dans la même ville ou à l'autre bout du monde. Très utile pour les chercheurs, les étudiants ou les adeptes de jeux de rôle en ligne.

Télécharger des documents : l'Internet donne accès

à des banques de données gratuites où l'on peut trouver des logiciels, des jeux et tous les documents imaginables : le texte de la Constitution de 1958, une collection de chants indonésiens, les photos des lauréats des Oscars d'Hollywood...



DOCUMENT N°2 :



Concevoir son site

• L'élaboration du projet

Une présentation élégante est, bien sûr, un élément important, mais ce n'est pas le seul : financement ; gestion du stock ; présentation et sélection des produits ; stratégie de communication et marketing ; livraison ; sécurisation des paiements et SAV sont des points cruciaux qui doivent être étudiés en amont de la réalisation, comme pour une boutique. Car, si l'espace est virtuel, les clients, eux, sont réels... Et, leurs commandes aussi !

Mais attention : "Il ne faut pas reproduire à l'identique l'activité de son commerce sur le Web, mais apporter un plus", souligne Gérard Ladoux, secrétaire général de l'Aftel (Association française de la télématique multimédia). Le cahier des charges doit être précis, afin que le résultat soit à la hauteur de vos attentes. De plus, en cas de désaccord avec le concepteur du site, il sera la preuve de vos exigences de départ. Car, c'est sur cette base que le prestataire de services effectuera la réalisation.

• La réalisation

Il existe pour créer votre site de nombreux spécialistes ; le créneau étant actuellement extrêmement porteur. Mieux vaut donc faire appel à des entreprises bien implantées, avec de solides références. Demander un devis, savoir combien de mises à jour sont proposées dans le contrat ; si elles sont gratuites ou payantes. Il s'agit de précautions utiles. Il existe trois types de prestataires :

Les providers : avec eux, entreprises et particuliers accèdent au réseau, moyennant un abonnement. Également appelés fournisseurs d'accès, certains proposent la conception de sites.

Les studios de création : ils fournissent le site clé en main, de sa conception à sa réalisation. Leur prix peut être élevé, même pour une simple étude.

Les hébergeurs : ils accueillent le site créé. Mais ils

peuvent aussi gérer toute la chaîne (conception, réalisation, hébergement).

Ces prestataires établissent l'architecture complète : conception de la *front page* (page d'accueil), du catalogue, réflexion globale de présentation des produits... Le coût sera différent, selon que la solution sera prépackagée ou individualisée. Il est aussi envisageable de réaliser son site seul avec des logiciels spécialisés. Attention aux limites d'un tel système, et à la difficulté d'évolution.

Le nom de domaine, adresse sur Internet, est obligatoire. Composé d'un terme pour vous identifier et d'une terminaison (.fr ou .com), il s'obtient auprès du fournisseur d'accès qui vous indiquera les documents nécessaires. Il est délivré par l'Afnic (Association pour le nommage d'Internet en coopération). Le coût varie entre 300 et 900 francs HT.



Se faire connaître

Avoir un site, c'est bien. Être visité, c'est mieux. Le cybercommerçant n'aura des visiteurs et des clients, qu'en donnant aux Internauts, les moyens de l'atteindre.

• Référencer son site

Étape incontournable : le référencement par les moteurs de recherche (Yahoo, Nomade, Alta Vista...). Certains le font automatiquement et quotidiennement sur l'ensemble du réseau ; d'autres exigent une inscription normalement gratuite. Certains mots-clés ("vêtement", "pantalon", "chemise" pour du prêt-à-porter) n'ont comme intérêt que d'identifier votre activité. À vous de savoir jouer avec d'autres termes qui vous différencieront des concurrents, et qui mettront en avant votre positionnement.

Deuxième solution : la publicité. Impossible aujourd'hui de surfer sur le Net sans voir ces bandeaux. Si leur impact est réel, leur coût ne l'est pas moins... À étudier sérieusement avant de souscrire. Troisième solution : les liens vers le site via les forums de discussions. Si vous vendez des fleurs, pourquoi ne pas indiquer votre adresse sur un forum dédié aux amoureux de la flore ? Enfin, et c'est sans doute la façon la plus simple et la moins onéreuse, la publicité sur le lieu de vente. Factures, courrier, magasin en lui-même sont des supports à ne pas négliger, et qui remplissent leur rôle avec efficacité.

• Faire vivre son site

Un site n'a de succès que par une évolution suivie. Quel

commerçant imaginerait faire réaliser une superbe vitrine par un étalagiste, et la laisser ensuite à l'abandon ? La mise à jour, l'actualisation, mais aussi la veille concurrentielle régulière, sont indispensables. "Le commerçant est plus exposé sur Internet qu'il ne l'est dans sa boutique, note Patrick Russo, parce que l'Internaute peut le quitter à tout moment. Il faut savoir capter le client, le rassurer une fois sa commande effectuée, l'informer régulièrement". Comme en magasin, innovez : proposez réductions, cadeaux, offres promotionnelles... Montrez votre professionnalisme avec le tracking (ou suivi des commandes) fortement apprécié des Internauts. Son but : informer l'acheteur de l'état de son achat.

Paiement sécurisé : les solutions

Le paiement en ligne fait couler beaucoup d'encre, apparaît incertain, non sécurisé. Le danger existe : tant pour le consommateur qui ignore, si le destinataire est bien celui à qui il commande ; que pour le commerçant qui risque de recevoir un faux numéro ou celui d'une carte volée. Selon Jean-Pierre Bluthion, du Groupement des

Cartes Bancaires, "il est vrai qu'il n'est pas très rassurant d'envoyer son numéro de carte bancaire sur le réseau. Si un commerçant vend en ligne, il doit impérativement installer un protocole et souscrire un contrat de vente à distance auprès de sa banque. Certaines proposent même leur propre système".

Pour rassurer votre client, informez-le que le paiement en ligne est sécurisé ; proposez-lui l'alternative du fax ; et, indiquez-lui vos coordonnées (adresse, téléphone et contact). Il existe actuellement différentes formules. Le protocole SSL (Secure Socket Layer), très utilisé, reste néanmoins incertain en terme d'identification. Le protocole SET (Secure Electronic Transaction) implique le consommateur, le commerçant et un établissement bancaire. C'est ce dernier qui gère et stocke les informations confidentielles du client. Le porte-monnaie électronique est un système, qui connaît un fort développement. L'utilisateur indique une première fois ses coordonnées bancaires, et utilise par la suite son nom et un mot de passe.

Enfin, actuellement en cours de développement, et

prévu dans les six mois à venir, Cybercomm, fusion des projets e-Comm et C-Set. Ce système utilise la carte à puce et le protocole SET, et nécessitera un lecteur de cartes à domicile. Les téléphones mobiles pourront également être utilisés très prochainement pour régler les achats en ligne.

Quelle législation ?

Internet est considéré comme de la vente à distance (VAD) ; ce qui le rapproche donc du Minitel et de la vente par correspondance. Conclusion : c'est cette législation qui s'applique, pour des sujets tels que la responsabilité du vendeur en cas de perte ou de vol, la publicité mensongère... Sachez enfin que la chambre de commerce de Paris a rédigé, au mois de juin dernier, avec des experts de l'informatique et du droit, un contrat type de commerce électronique, pour aider les commerçants à vendre en ligne. Nouvelle manière de développer ses affaires, Internet impose une réflexion, tant de positionnement que de stratégie marketing. Ces boutiques virtuelles sont sans doute l'enjeu commercial du troisième millénaire.

Olivier WACHÉ

