

Internet. François Momboisse, président de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), intervenait récemment sur le thème « Votre entreprise peut-elle se passer du e-commerce ? ». Or, poser la question, c'est déjà y répondre...

Le e-commerce n'attend plus !



De gauche à droite : François Momboisse (FEVAD), Sylvie Goupechoux (Kit Linge France), Maxime Blin (champagne R. Blin & Fils), Elodie Collinet (La Buvette) et Paul Musset (Cococoncenter).

En réunissant des clients issus de tous les secteurs professionnels - ou presque - pour une conférence sur le e-commerce, le Crédit Agricole du Nord-Est entendait bien diffuser le plus largement possible le fait que ce nouveau mode de consommation, consubstantiel de la révolution digitale en marche, serait bientôt in-con-tour-nable, et qu'il convenait de s'y familiariser le plus tôt possible. Quelques chiffres valent parfois mieux que de longs discours, il faut savoir que la progression du chiffre d'affaires du e-commerce dans le monde est aujourd'hui à deux chiffres (en France également) ; qu'en 2016, les internautes français ont dépensé 72 milliards d'euros sur internet : un record ! ; que le commerce sur mobile a, quant à lui, fait un bond de 30 % par

rapport à 2015 avec un chiffre d'affaires de près de 18 milliards d'euros et qu'il représente désormais un quart du commerce en ligne en France ; que le marché du e-commerce devrait franchir la barre des 30 milliards d'euros en 2017, porté par l'élargissement de la clientèle et la hausse de la fréquence d'achat ; que l'on compte désormais en France 37 millions de cyberacheteurs...

L'ÂGE N'EST PAS UN HANDICAP

Si le « cœur de la clientèle » est composé des 35/50 ans, « l'âge n'est pas un handicap pour se mettre au e-commerce », souligne François Momboisse, que l'on soit acheteur ou... vendeur ! Les retraités viennent à Internet pour avoir des photos de leurs petits-enfants, et passent ensuite à l'achat en ligne ! Et nous

connaissions tous quelqu'un qui a acheté en ligne ; les conseils s'échangent vite sur les façons de procéder ».

Le Crédit Agricole avait eu l'excellente idée d'inviter des « grands témoins » venus faire part de leurs premiers pas dans le e-commerce et de l'expérience qu'ils en ont aujourd'hui : Elodie Collinet, La Buvette (fabriquant d'abreuvoirs pour le bétail) à Charleville-Mézières ; Sylvie Goupechoux, Kit Linge France (spécialisée dans le linge de lit et le linge de toilette jetable), à Bezannes ; Paul Musset, Cococoncenter (vente en ligne de produits de parapharmacie), à Châlons-en-Champagne ; Maxime Blin, récoltant-manipulant à Trigny. Là encore, des témoins issus de segments très différents, comme preuve que le e-commerce investit tous les domaines.

Le public rassemblé dans l'amphithéâtre de Neoma Business School s'est montré très intéressé par ces retours d'expérience. Pour Emmanuel Foissy, responsable marketing du Crédit Agricole, « cette révolution, qui touche tout le monde, chacun doit l'aborder à son rythme », mais l'aborder nécessairement... et le Crédit Agricole du Nord-Est a déjà accompagné 810 clients, sur sa zone d'intervention, dans la mise en place d'une solution de vente en ligne. Les participants n'ont pas eu besoin d'e-mail pour recevoir le message 5/5 !

LA CCI ACCOMPAGNE LES ENTREPRISES

Avec son Espace Numérique Entreprises (ENE), la CCI a sensibilisé plus de 1 000 entreprises champardennaises en 2016 avec notamment des conférences sur la sécurité informatique ou sur les réseaux sociaux. « Nous effectuons de l'information et de l'accompagnement pour aider les entrepreneurs à préparer leur stratégie », présente Nicolas Magnin, responsable de l'ENE pour la CCI du Grand Est. « Chaque semaine, nous organisons des ateliers* de deux heures sur les réseaux sociaux, le web marketing... Ils nous permettent ensuite d'aller plus loin en rendez-vous individuel pour orienter les entreprises vers les spécialistes réunis dans notre annuaire des prestataires », ajoute celui qui annonce que des visio-conférences seront mises en place prochainement. « Avoir un site vitrine est incontournable, mais pour mettre en place un vrai site marchand, il y a toute une logistique à organiser... Les réseaux sociaux représentent aussi une nouvelle aventure : Facebook est par exemple facile d'accès pour communiquer avec ses clients ».

Selon Nicolas Magnin, les entreprises ont aujourd'hui pleinement pris conscience du potentiel d'Internet et de l'enjeu pour leur activité : « Pour tous les chefs d'entreprise, il est intégré qu'Internet est incontournable. Les commerçants ont par exemple compris que leur présence sur le web est complémentaire de leur magasin. Cependant, le sillon se creuse entre les débutants et les experts qui vont de plus en plus loin dans le marketing digital. En raison de ces écarts, notamment à cause des différences de génération, nous organisons des formations par niveau ».

* À Reims par exemple, le prochain atelier sera organisé le vendredi 3 mars (de 9h à 11h) sur le thème « Facebook, les fonctions avancées : les réseaux sociaux se dotent de plus en plus de services gratuits et payants pour gagner en efficacité ».

P.D.