

PRÉFACE

Depuis une dizaine d'années, le commerce en ligne tend à devenir un mode de consommation comme les autres auprès des Français. Certes, la progression s'est faite lentement au début, en partie à cause de l'aspect « technologique » qui y était rattaché. Mais aussi parce que les consommateurs craignaient pour la sécurité de leurs transactions. Toutefois, grâce aux efforts de tous les acteurs d'Internet, à une plus grande transparence ainsi qu'à une meilleure communication, la plupart de ces réticences ont été levées, les risques quasiment éradiqués et l'attrait du shopping depuis son salon a fini de balayer les dernières hésitations qui freinaient l'essor du commerce électronique.

Aujourd'hui, acheter en ligne n'est plus simplement une tendance, ni même une mode, c'est un moyen comme les autres de faire ses courses. Mieux encore, c'est en passe de devenir LE mode de consommation préféré des français, y compris chez les plus âgés (les plus de 65 ans ont vu leur nombre augmenter de 73% en 2010 – Source Fédération des entreprises de Vente à Distance).

Selon les statistiques de l'Union Internationale des Télécommunications (UIT) qui dépend de l'Organisation des Nations Unies, il y avait 250 millions d'utilisateurs d'Internet en 2000. En 2005, on en comptait déjà 1 milliard, et, le 26 janvier 2011, l'UIT annonçait le chiffre de 2,08 milliards d'internautes.

Bien évidemment, dans une société de consommation comme la notre, il est aisé de considérer toutes ces personnes connectées comme autant de clients potentiels. Et c'est vrai que, chaque année, le chiffre d'affaires généré par le e-commerce ne cesse d'augmenter dans la même proportion que le nombres d'internautes. Ainsi, selon la FEVAD (Fédération des entreprises de Vente à Distance) le commerce en ligne représente aujourd'hui plus de 31 milliards d'euros en France, soit une progression de 25% par an.

Et il faut croire que cette manne ne laisse pas les professionnels indifférents puisque **le nombre de sites marchands ne cesse de croître lui aussi, atteignant près de 82000 entités en 2010**, sans compter les boutiques eBay, Amazon ou encore Price minister. À ce rythme, les cyber-commerçants seront plus de 100000 avant la fin de l'année 2011.

Pour continuer dans les chiffres, voici en vrac quelques autres statistiques intéressantes concernant le commerce électronique en France :

- La part d'Internet dans le domaine de la vente à distance est passée de 62% en 2006 à plus de 82% en 2010.
- Dans le même temps, les autres canaux de VPC (courriers, téléphone, etc.) ont connu une chute brutale, passant de 38 à 18%, soit une part de marché réduite de moitié au moins !
- En 2010, 81 % des internautes ont consulté Internet avant de réaliser leurs achats, qu'il s'agisse d'achats en ligne ou non (Source : Baromètre Fevad – Médiamétrie/NetRatings).
- Et ce sont pas moins de 27 millions de Français qui achètent au moins une fois par an sur Internet (Source : Etude FEVAD-La Poste-REED/CCI-CREDOC).

Pour autant, concernant vos chances de décrocher le jackpot avec votre site marchand, il convient de garder la tête froide :

- 30 % des sites marchands enregistrent moins de 10 transactions par mois,
- 44 % des sites de commerce en ligne comptent entre 10 et 100 transactions par mois,
- 21% voient passer entre 100 et 1000

commandes mensuelles,

- 4% des sites marchands reçoivent de 1000 à 10000 commandes par mois,
- et seulement 1% des cyber-commerçants peuvent se vanter d'enregistrer plus de 10000 transactions par mois.

Avec un panier moyen de 90 euros par transaction (Source : iCE, Fevad et Médiamétrie/NetRatings) vous avez statistiquement 3 chances sur 4 de générer moins de 9000 euros de chiffre d'affaires mensuel... avec une moyenne établie aux alentours de 3200 euros ! Pas évident de retirer ne serait-ce qu'un salaire d'une telle activité, compte tenu des frais qu'engendre le plus souvent un commerce en ligne (serveur, système de paiement par carte bancaire, achats de matières premières, charges sociales, impôts et taxes en tous genres, etc.).

Cependant, si vous n'êtes pas déjà découragé à ce stade de votre lecture, vous serez heureux d'apprendre que 98% des cyber-acheteurs sont satisfaits de leurs achats et que leurs dépenses annuelles tournent en moyenne autour de 1150 euros. Autant dire que la fidélisation et le « chouchoutage » de clients sont à l'ordre du jour.

Alors, maintenant que j'ai posé le décor, que peut donc vous apporter ce présent ouvrage ?

Jacques Terrier le dit lui-même, il n'a pas la prétention d'être exhaustif sur le e-commerce, surtout en quelques dizaines de pages seulement. Il ne souhaite pas non plus rivaliser avec l'excellente littérature qui foisonne déjà sur le sujet, à la fois en ligne et dans les librairies. Il lui semblait juste important d'apporter un éclairage simple et pédagogique sur les principales notions indispensables à toute personne souhaitant se lancer dans l'aventure « e-marchande ».

Ainsi ce livre peut-être considéré comme une bonne introduction au commerce électronique, une sorte de cours sur la meilleure façon d'aborder le métier de cyber-commerçant ; un guide en quelque sorte, accessible et facile à lire, qui satisfera aussi bien l'étudiant encore en formation que le professionnel quel que soit son niveau d'expertise.

Car pour Jacques Terrier, l'une des principales règles à respecter en e-commerce c'est d'accepter que rien n'est figé et que tout évolue en permanence, impliquant une formation continue d'un bout à l'autre de sa carrière. À mon sens, ce livre constitue sur ce point un excellent récapitulatif des principaux aspects du métier de e-commerçant.

Bruno GONZALVEZ