

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

La cinquième étape est constituée des formes d'achat et de vente plus sophistiquées : softselling, enchères, brocante et autres bourses. De même qu'il existe des sites Zombie, plus ou moins luxueux, **vous trouverez des boutiques "zombie"** avec quelques produits présentés à la vente, un caddie et des modalités de paiement sécurisées : **vous avez tout, sauf l'envie d'acheter.** Pourquoi aller sur ce site ? Pourquoi y acheter alors qu'il offre souvent moins de choix qu'une vraie boutique, que les prix sont plus élevés, le transport aléatoire, le service après vente incertain ? De fait, **la déception est le plus souvent au rendez-vous chez ceux qui se sont "fait installer une boutique de commerce électronique".** Et nous voudrions souligner ici le rôle particulièrement nocif de sociétés sans scrupule (parfois très connues sur la place) qui abusent ainsi de la crédulité de commerçants qui sont ensuite durablement dissuadées de réfléchir plus avant.

**Le commerce est autre chose qu'un acte technique : il nécessite, sur le Web comme dans le commerce classique 3 ingrédients essentiels : séduction, information, négociation.**

Les entreprises qui réussissent l'ont bien compris et nous allons présenter quelques-unes des approches commerciales qui sont aujourd'hui couronnées de succès.

## 1 Le "softselling": des sites pour se distraire ou trouver une information de référence

### 1.1 Des sites qui attirent, mais surtout qui retiennent: une qualité nécessaire sur le web, être "collant"

Pour réussir sur l'Internet il faut d'abord attirer le client mais aussi et surtout veiller à ce qu'il ne s'échappe pas... et faire en sorte qu'il ait envie de revenir. Un mot qui revient en permanence dans toutes les analyses de site "**sticky**".

**le caractère "collant" du site est considéré comme une de ses qualités principale: "The name of the game is "stickiness", keep the eyeballs" est un slogan entendu à chaque travée de l'Internet Fall de New York d'octobre 1999,**

*Ce slogan était appuyé par la distribution de force gadget de goût douteux, comme des mains collantes ou des yeux réalisés en matière visqueuses et qui projetés sur un écran y restaient collés)*

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

*On pourrait tenter une francisation de ce concept en disant "**faites un site adhésif si vous voulez des adhérents**"*

La qualité "**l'adhésivité**" dépend évidemment au premier chef de la qualité du service rendu et de la richesse de l'information proposée. Elle implique également de nouvelles approches techniques comme **l'encapsulation** afin qu'un lien sur un autre site marchand (*par exemple vers un cyberlibraire pour y commander un livre dont vous auriez recommandé la lecture à votre visiteur- liens marchands*) **puisse se réaliser** à travers une fenêtre **sans quitter votre site**: c'est une variante du lien marchand s'apparentant ici plus à la "sous traitance" qu'à la publicité pour un tiers (qui dans ce cas est "transparent pour le client). Trois types d'approches commerciales semblent ici connaître un grand succès aux États-Unis:

### 1.2 ... et qui savent se rappeler à bon escient à votre souvenir

Même si un site vous a intéressé vous n'allez pas le consulter tous les matins pour voir s'il n'offre pas une nouveauté intéressante! : Une des méthodes essentielles pour fidéliser un client est donc l'édition d'une "newsletter" qui permet de garder le contact, de valider votre fichier d'adresse et d'inviter le destinataire, en un clic, à aller directement sur la page de votre site qui contient l'information qui l'intéresse. Cette lettre peut être régulière (journalière pour des sites de presse, mensuelle pour des sites commerciaux), elles peuvent également être expédiées à l'occasion d'un événement:

- pour un site de commerce interentreprise ce peut être la sortie d'une nouvelle gamme de produits
- pour un site de B to C ce peut être par exemple le rappel d'une date d'anniversaire d'un proche et la possibilité de lui faire parvenir un cadeau

Une des règles essentielles est que le client ressente cet envoi comme un véritable service et non comme une pollution (Spam) ce qui serait totalement contreproductif: la méthode la plus simple consiste à proposer à l'internaute de cocher lui-même une case dans votre site pour manifester son souhait de rester informé (permissive marketing) et de lui proposer à chaque envoi la possibilité en un clic de se désabonner

### 1.3 "labourez moins large mais plus profond", préférez "la part de client" à la "part de marché": le CRM Customer Relationship Management

Plutôt que d'essayer d'augmenter votre part de marché (*market share*) il peut apparaître plus rentable d'acquérir une connaissance plus fine de vos clients actuels dont vous avez déjà conquis la confiance afin d'être en mesure de mieux cerner leurs attentes, de leur vendre une plus large gamme de produits et d'augmenter ainsi la "part" que vous occupez dans leur esprit (*mindshare*)

**"go deep better than wide"** résume ainsi **Marcel Legrand** VP de *Monster.com*

cette préoccupation a conduit au développement rapide d'entreprises comme Siebel permettant une gestion beaucoup plus fine du portefeuille client: le CRM, customer Relationship Management en permettant de regrouper et d'exploiter toutes les informations

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

jusqu'ici dispersées entre le marketing, les ventes, la comptabilité, la logistique et le service après vente

*Des éditeurs spécialisés se sont développés dans ce secteur de la gestion des relations client, le CRM (Customer Relationship Management) marché évalué par le cabinet AMR Research à 1,2 milliard de dollars (Siebel, Vignette, Broadvision, Clarify, Quintus, Vantive,...)  
Voir également [www.marketing1to1.com](http://www.marketing1to1.com)*

### 1.4 L'archétype de cette politique est amazonLes sites visant l'achat "coup de cœur"

Les sites les plus visités sont ceux qui n'ont pas une apparence trop utilitaire et qui savent "offrir" **une information riche ou du "fun"** (publicités divertissantes ou "advertainment" et qui permettent aux visiteurs, grâce à des hyperliens, de se connecter à d'autres sites susceptibles de les intéresser. Ils savent offrir à leurs visiteurs un espace ludique: non seulement quasiment tous proposent des concours ou des jeux gratuits (*47% des joueurs sont des adultes [www.idsa.com](http://www.idsa.com)*), mais ils sont eux-mêmes largement inspirés dans leur conception par les jeux électroniques.

L'attribution de "**coupons de réduction**" commence également à se développer avec le **ClickReward** de **Netcentives** [www.netcentives.com](http://www.netcentives.com)

***4 millions de joueurs** fréquentent les **sites de jeux** en ligne (**gaming rooms** ou **game centers**) fin 1998 (contre 1 million en 1997): **ce sont les meilleurs endroits pour vendre des pizzas, boissons gazeuses, chaussures de sport, chaînes Hi-Fi et matériel informatique.***

*Une des plus connue est celle de Microsoft [www.zone.com](http://www.zone.com),*

*En France celle de France Télécom [www.goa.com](http://www.goa.com) qui rêve d'internautes connectés pendant plusieurs heures d'affilée en heure creuse (le "pic" du samedi qui commence à 15h se termine à 3h du matin...)*

*Parlant du site de jeu **Gamelog** [www.gamelog.com](http://www.gamelog.com) **Cyril Fiévet** indique "le site est conçu dans une logique d'entonnoir qui ramène vers une boutique de commerce, on attire pas avec des boutiques, mais par le contenu offert"*

D'après **Jupiter communication** les **achats d'impulsion, non "prémédités"** représentent 23% du total. Cette offre trouve souvent comme contrepartie une **demande de s'enregistrer**, ce qui permet de se constituer un fichier client (afin par exemple de pouvoir leur faire parvenir ultérieurement, s'ils le souhaitent, des informations sur les nouveaux produits ou les offres promotionnelles): Avec la démocratisation du web qui amène un public moins éduqué ce type d'approche a tendance à se développer. **C'est le modèle de base adopté par les "Portails" d'accès au web**, qui vous offrent gratuitement des informations de presse, la météo, des jeux, des e-mail gratuits, des cotations boursières, des contenus d'intérêt local, des ventes aux enchères, des moteurs de recherche et des annuaires, un soutien scolaire pour les enfants...et même aujourd'hui des accès internet gratuits. C'est ce que les Américains appellent le **Softselling par opposition aux méthodes agressives de vente**: Un certain nombre de consommateurs fuient en effet comme la peste le vendeur "sangue" dont l'exemple typique est le concessionnaire automobile américain (qui pratiquent ce que l'on appelle le **hardselling**)

Au-delà des sites pour adultes où, comme le remarque l'Atelier de *Bnp-Paribas*, "ont démarré pratiquement toutes les innovations techniques et marketing avant de s'étendre au

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

commerce électronique traditionnel et où chose curieuse les Français ne sont pas à la première place", les produits les plus vendus sur ces sites sont ceux qui correspondent à des publics "passionnés" : musique, livres, sport, paris sur les courses, jeux électroniques, objets de collection, gastronomie (et tout particulièrement dans le domaine des vins),...

le site de **MBK** [www.integra.fr/mbk](http://www.integra.fr/mbk) où les scooters réalisent des prouesses virtuelles ou celui d'**Alka-Seltzer** qui offre une abondante information sur le sport

En France "**Place du Vin**" ([www.placeduvin.com](http://www.placeduvin.com)) paraît un exemple intéressant : elle propose à côté de ses 30 boutiques une abondante information sur l'histoire du vin, sa géographie, des articles de fond et des rubriques d'actualité, une rubrique touristique, des petites annonces, des conseils pratiques, un forum,...il en va de même pour **ChateauOnline** <http://www.chateau-online.fr> qui vise la place de leader européen

Le **World Wine Web** [www.winevin.com](http://www.winevin.com) est aussi une initiative intéressante

Ce peut être également des **sites qui présentent une région**, son histoire, sa géographie, sa culture, qui offrent des forums de discussions : Ces sites, qui ont vocation à devenir le point de rendez-vous de tous ceux qui s'intéressent à la région peuvent devenir l' "écrin" dans lequel sont proposés les produits fruit de l'histoire et de la culture de la Région : artisanat, bijouterie, arts de la table, gastronomie, musique, ... mais aussi hébergement sur place location de voiture, réservation de place pour les spectacles.

Le **site des Cathares** [www.cathares.org](http://www.cathares.org) fruit d'une initiative privée individuelle, qui a réussi aujourd'hui, à drainer une audience considérable, de par sa richesse culturelle, s'oriente aujourd'hui dans cette voie <http://imaginarium.cathares.org>

Le Chef cuisinier **Christian Berlutti** propose dans sa boutique "Pebre d'Aze" à côté des produits du terroir ses recettes et répond à toutes les questions culinaires [www.abanastes.com](http://www.abanastes.com)

### 1.5 Pour des acheteurs recherchant le meilleur rapport qualité/prix: informations, analyses comparatives, forums pour les clients, outils de simulation, liens vers d'autres informations,...

L'acheteur potentiel est à la recherche, dans ce cas, toutes les informations lui permettant d'éclairer son choix et Il est particulièrement sensible aux sites qui lui offrent

❖ une **analyse objective de l'offre** sur le marché, analyses comparatives, recherche, test et témoignages, des informations techniques relatives au secteur considéré (normalisation, réglementation, littérature technique, publications scientifiques,...),

**Celtifarm**, PME Bretonne de 40 salariés, spécialisée dans la pharmacie galénique, est en train de s'imposer ainsi comme la référence incontournable dans son secteur avec [www.celtipharm.com](http://www.celtipharm.com) portail de référence du B to B des pharmaciens et vétérinaires (48% d'entre eux le consultent déjà).

Outre les 40.000 références qu'elle propose (médicaments, matériel d'officine,...) **elle offre une bibliothèque scientifique riche d'un million de page**. Pour l'accompagner dans cette aventure, le **Docteur Patrick Guérin** a trouvé l'appui de Financière de Rotschild, Gazéo, Partech et Advent Venture pour l'accompagner dans son développement Français et Européen

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

❖ des **informations** comme des revues de presse ou des fonds documentaires ( et l'analyse des articles consultés fournissent de précieuses informations sur les centres d'intérêt du visiteur et permet de lui faire des propositions personnalisées pertinentes)

*"La Boîte à Outils" offre aux bricoleurs trucs et astuces à travers une "bricothèque", ils peuvent consulter les fiches conseil et les imprimer. Il leur offre également des forum pour leur permettre de demander un conseil ou d'en apporter.  
Les fabricants d'outils et de matériel de second œuvre peuvent présenter leurs produits dans des stands virtuels  
Il offre également à ses visiteurs l'hébergement de pages personnelles sur un thème de bricolage qui leur est cher (la culture du bonzaï par exemple)*

❖ des **outils de simulation** pour aider le client dans sa décision (simulation financière, essayage virtuel, ...)

❖

*L'entreprise **Airstar** ([www.airstar-light.com](http://www.airstar-light.com)) à Poisat dans l'Isère 20 salariés, 20 MF de CA, dont 75 % à l'export vend de l'éclairage par ballons d'Hélium de grands événements sportifs ou de tournage de films (l'entreprise a le tournage du "Titanic" à son actif): le logiciel de simulation installé sur son site permet au client en jouant sur altitude, puissance des lampes ou nombre de ballons de voir le rendu de telle ou telle option, allégeant ainsi substantiellement le travail du vendeur.*

***Virgin Clothing** vous permet de faire des essayages des vêtements qu'il propose grâce à un mannequin électronique [www.virgin-clothing.co.uk](http://www.virgin-clothing.co.uk) . de même pour les **Galeries Lafayette** à l'occasion de Noël 99*

*une visualisation précise et détaillée du bien considéré **Show Before** vous permet de visiter pièce par pièce l'appartement qui a retenu votre attention [www.showbefore.com](http://www.showbefore.com)*

***Legrand** [www.legrand.fr](http://www.legrand.fr) permet aux électriciens de préparer leur dossier de rénovation électrique en les conseillant dans leurs choix (sécurité de l'installation) et en allant jusqu'à la création d'un dossier pour l'architecte*

❖ des **espaces de discussion** où les clients peuvent échanger entre eux leurs analyses ou leurs critiques (*site du fabricant de clubs de golf **Cobra***)

❖ ainsi que des **pointeurs vers des sources d'information** pertinentes et de qualité : sites offrant des prestations ou des produits complémentaires... voire concurrents:

***Charles Schwab**, [www.eshwab.com](http://www.eshwab.com) courtier électronique, permet à ses clients d'accéder à 5000 gestionnaires indépendants, outre ses propres analyses il offre l'accès aux analyses de ses concurrents et met à leur disposition un logiciel d'analyse des stratégies d'investissement personnel*

***Autobytel** [www.autobytel.com](http://www.autobytel.com), créé en 1995 par **Peter Ellis**, concessionnaire automobile mis en faillite par la crise du secteur au début des années 90 vous offre ainsi de mettre en concurrence, à côté des concessions automobile (en informant le client du prix payé par celui-ci au fabricant), les assureurs et les fournisseurs de crédits à la consommation.*

*Sachant que les **écarts de prix** actuellement pratiqués sur le **marché européen** (étude de la commission européenne de juillet 2001) sont **supérieurs à 20%** sur 60% des modèles (31% sur la clio, 49% sur l'Opel Vectra,...), on imagine la révolution qu'apportera ce type d'opérateur. Devant cette menace les écarts ont commencé à se réduire : lors de étude de février 1998 les **écarts de prix** étaient **supérieurs à 20%** chez tous les constructeurs (à l'exception d'un seul), dépassaient 40% sur 22% des modèles et atteignaient 54% pour la VW Polo.*

*Autobytel a lancé son site en **Angleterre** et sa base européenne s'est mise en place à Amsterdam en 2000.*

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

**Volkswagen** interdit à ses concessionnaires de travailler avec lui mais il paraît peu probable qu'il puisse longtemps résister à une entreprise capable d'apporter 1 million de dollars par heure de ventes à ses partenaires en supprimant des rigidités artificielles apportées à la concurrence. (rappelons que le régime dérogatoire des concessions exclusives pour l'automobile expirait en 2002)

De même **Insweb** [www.insweb](http://www.insweb) dans l'assurance ou **Furniture** [www.furniture.com](http://www.furniture.com) dans le meuble

**Dans le domaine médical** quelques sites majeurs sont en train d'émerger également

L'idéal pour un site est de **devenir la référence** dans son domaine et d'être régulièrement consulté pour la richesse et la qualité des informations offertes. Ceci rejaillit fortement sur l'image de l'entreprise et de ses produits, et à terme sur ses ventes par une fidélisation de la clientèle (on parle de la "**stickiness**" du site, terme qui n'a pas encore trouvé son équivalent: "**capacité à "scotcher" le client**")

Aux USA les **agents immobiliers** comme **BestAgent** ([www.BestAgent.com](http://www.BestAgent.com)) ont fait un effort particulier dans ce domaine (contrats types, informations légales, pièges à éviter, modalités de financement, état du marché, information générale sur la zone (écoles, aéroports, fêtes locales,...) Allant même comme **Century** [www.century21.Santacruz.com](http://www.century21.Santacruz.com)

Dans le domaine de la **pharmacie** c'est l'objectif que s'est fixé **Drugstore.com** [www.drugstore.com](http://www.drugstore.com): le visiteur peut consulter la liste des médicaments et leur prix, lire les notices d'information, s'informer sur les risques d'interaction médicamenteuses, utiliser un moteur de recherche, **Soma.com** [www.soma.com](http://www.soma.com) offre en outre les services d'un Call-Center ouvert 24h sur 24 et **PlanetRX** [www.planetrx.com](http://www.planetrx.com) développe de nombreux thèmes d'information concernant la santé

Les literies **Simmons** <http://www.cie-simmons.fr> offrent ainsi une riche information sur le sommeil et **Damart** [www.damartshop.com](http://www.damartshop.com), la météo à 4 jours sur plus de 50 villes

Il est bien clair que ce deuxième type de stratégie commerciale est le modèle dominant dans le B to B, mais il en existe également dans le B to C (comme le montre l'exemple **d'Autobytel** ([www.autobytel.com](http://www.autobytel.com)) qui a déjà commercialisé 800.000 voitures dès 1998 par ce moyen pour 8 milliards de dollars

Bien entendu, dans certains cas il est difficile d'évaluer l'impact sur les ventes de ce type d'investissement, mais beaucoup estiment qu'il s'agit là, dans une optique de long terme de l'approche la plus intelligente de ce nouveau marché.

En tout état de cause, ne pas être présent sur le Web avec la richesse d'information voulue, vous écarte de la "short list" sur laquelle se fera le choix final de ce type d'internautes. Or l'exemple d'Autobytel montre qu'il s'agit là de clients aux revenus plus élevés que la moyenne et qui achètent plutôt du haut de gamme.

### 1.6 Des sites qui ne vendent un produit mais qui apportent une réponse globale au problème du client

Ces sites permettent en général d'accéder à tout un ensemble de produits et services de nature différente, mais concourant au même objectif. Le client doit y trouver toute la gamme des produits ou services nécessaires par exemple pour gérer un déménagement ou l'achat d'une voiture: le fameux "**one stop shop**"

Leur leit motiv est : "**more efficient, more convenient**"

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

Aujourd'hui **Springstreet.com** offre **8 millions d'appartements** à la location et devient de ce fait quasiment incontournable. D'autant plus qu'il fait maintenant partie du groupe **Homestore.com** qui contrôle également **realtor.com** pour la vente de biens immobiliers, **homebuilder.com** pour la construction neuve, **Commercialsources.com** pour les biens commerciaux, **Remodel.com** pour la décoration et l'ameublement,... Homestore est bénéficiaire depuis l'été 2000 et sa valorisation mi- 2001 dépasse 3 milliards de \$. Selon **NPD Online research** [www.ndp.com](http://www.ndp.com) (juillet 1999) **64% des internautes** US à la recherche de biens immobiliers **se connectent sur des sites immobiliers** dont **7% ont débouché sur un achat** (rappelons que le marché immobilier US est de 7.600 Milliards de dollars). En France c'est 200 sites qui essaie de se partager un marché significativement moins mature : on imagine le résultat...

**Springstreet.com** (autrefois nommé **Allappartements.com**) en fournit un bon exemple en fournissant tous les éléments pour résoudre les multiples problèmes posés par un déménagement.

@ **aide à la sélection** d'une offre à partir de multiples critères (prix, localisation, proximité de services, niveau de criminalité du quartier, taux de réussite scolaire des écoles voisines, sismicité, ...)

@ **veille sur le marché** (il vous prévient automatiquement si une offre qui correspond à vos souhaits apparaît sur le marché)

@ **visite virtuelle** de l'appartement (grâce à des photos 3 D - il est possible de véritablement "visiter" le logement: voir une démonstration de cette technique sur le site EVM Multimédia <http://evm.vr-consortium.com>)

@ **prise de rendez-vous** avec l'agent immobilier compétent par "click&talk"

@ **organisation du déménagement** en ayant la possibilité de mettre en compétition déménageurs ou loueurs de véhicules

@ **réfection de l'appartement** en pouvant faire appel aux artisans locaux

@ financement de l'achat et assurance

@ et même remplissage d'un certain nombre de **formulaires administratifs** par exemple pour inscrire les enfants à l'école. ("Realestate process is paperwork intensive" **Perry Morton** Vice President **Homestore.com** Aftel NY oct 1999)

@ il fournit en outre une véritable **information de référence** sur tout ce qui concerne le logement (problèmes **techniques, administratifs, juridiques, financiers**,...)

Le montant des transactions initiées par internet est 50% plus élevée que la moyenne (450.000£ contre 300.000) les délais nécessaires pour réaliser l'affaire sont divisés par 2 et le nombre de visite préalables passe de 10 à 4

**Autobytel** là encore mérite d'être cité car outre la sélection de l'offre de voiture il assure également l'assurance et le financement, la fourniture d'accessoires ainsi que la revente de votre ancienne voiture.

En France **AutoValley** [www.autovalley.com](http://www.autovalley.com) lancé en juillet 1999 avec son slogan "**simplifiez-vous l'auto**" démarre sur ce modèle dans la région parisienne (cette entreprise, comme **business village** est sorti des analyses de l'Atelier, tête chercheuse de **BNP-Paribas** [www.business-village.fr](http://www.business-village.fr))

En partenariat avec le magazine auto-moto il vous offrira,

✕ des **réductions** sur les prix (5 à 17%) des voitures neuves (2.900 modèles avec un logiciel qui aide aux comparaisons) avec en outre des promotions "coup de poing",

✕ la possibilité d'acheter ou de vendre des **véhicules d'occasion**

✕ des **prix "cassés" dans sa boutique** notamment sur les GSM et les autoradio

✕ de **nombreux services annexes** comme l'assurance, le financement, l'entretien (avec Euromaster)

✕ une abondante **documentation**: résultats des essais sur route, tourisme, sport automobile,...

✕ des **conseils** juridiques, administratifs, apprentissage de la conduite, mais aussi pour le montage pour votre autoradio ou pour l'entretien,

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

✕ des **logiciels de simulation**: un module de calcul pour évaluer son budget auto et choisir en particulier entre essence et diesel, un autre pour optimiser vos itinéraires avec Michelin  
✕ des **informations en temps réel** comme l'état de la circulation (avec un rafraîchissement des informations toutes les 3 minutes)  
les **nouveaux pharmaciens en ligne**, ayant passé contrat avec les assureurs prennent en charge l'ensemble des formalités administratives et assurent le tiers payant  
plus modestement **C-mescourses** (timide tentative de Casino fermé en 2002) [www.c-mescourses.fr/recettesdecuisine.html](http://www.c-mescourses.fr/recettesdecuisine.html) proposait des recettes de cuisine et permettait en 1 seul clic de commander tous les ingrédients

**Nota** : Homestore comme autobytel n'entre pas, en dehors de sa commission, dans les statistiques du commerce électronique car, bien entendu, la transaction ne se fait pas en ligne et d'ailleurs comment la comptabiliser ? la commission touchée par l'agent immobilier ? le montant de la vente ou de la location ?

Au-delà de ce premier rôle d'ensembliers ces nouveaux intermédiaires connaissant mieux que tous les besoins de leurs clients, définiront les nouveaux produits dont ils sous-traiteront l'élaboration à des partenaires producteurs.

### 1.7 Un nouveau marché de gros: celui de l'information, la "syndication de contenu"

La richesse de l'information nécessaire pour attirer, et surtout pour retenir le client peut représenter une dépense hors de portée du marchand. D'un autre côté des millions de sites produisent une information de grande qualité peu consultée soit parce que ces sites sont mal référencés (les moteurs de recherche peinent dans la montée très raide du nombre de sites...), soit parce que les informations ne sont pas librement reproductibles (problème des droits d'auteur, d'acheter la petite quantité d'information dont vous avez besoin sur des sites qui par exemple fonctionnent sur abonnement ou qui nécessiteraient l'élaboration d'un contrat,...). L'idée est donc venue à quelques sociétés de passer des contrats d'achat en gros d'information et de construire des "filtres" en fonction des besoins de leurs clients pour enrichir les sites de ces derniers, en temps réel par des news, des vidéo "en ligne" avec les centres d'intérêt des publics visés avec deux modèles principaux

- **iSyndicate** [www.isyndicate.com](http://www.isyndicate.com) (500 "sources" et 118.000 sites clients fin 1999, (il s'était associé fin 2000 avec **Bertelsmann** pour créer **iSyndicate Europe**) passe des contrats avec des sites qui publient de l'information gratuitement accessible: ils se rémunèrent par un partage d'une partie des ressources publicitaires ou commerciales des sites clients
- **Screaming Media** [www.screamingmedia.com](http://www.screamingmedia.com) (210 sources, 240 clients dont *Adidas, AOL, Texaco, Forbes, Sun...*) passe des contrats d'accès avec des sites dont l'information est payante (abonnement, copyright,...) et facture ensuite "au volume" l'information fournie retenue par le client pour la publier sur son site (10.000 à 20.000F par mois

Cette formule permet de résoudre très simplement pour le client les problèmes de licence et de copyright. On voit ainsi apparaître une nouvelle forme de "Bourse de matière première" permettant de rapprocher l'offre de la demande, ce que les américains nomment la syndication de contenu (ce marché est estimé par screaming media à 15 Milliards de dollars à échéance 2003):

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

**On imagine la puissance de cette idée lorsqu'on se rappelle que contrairement aux matières premières habituelles le coût de reproduction des données est quasi nul**

Ce nouveau concept de syndication de contenu est dans notre pays doublement handicapé par le fait que le français ne représente que 1% de la production de contenu et que notre marché est substantiellement moins développé que celui des anglo-saxons, mais à n'en pas douter ce concept percera aussi chez nous dans le futur: qui saura se positionner ? une première start-up européenne est apparue sur ce modèle: **nFactory** [www.nfactory.com](http://www.nfactory.com) mais elle a dû déposer son bilan en avril 2001 à la suite d'un échec de sa reprise par iSyndicate

## 2 Les Meta-Marchands

De même que les Meta-Moteurs mettent pour vous en compétition les moteurs créés par d'autres, les Meta Marchands mettent pour vous en compétition les Marchands afin de vous permettre d'obtenir le meilleur rapport qualité prix.

A Montpellier **choix.com** [www.choix.com](http://www.choix.com) (créée par **Claire Doussan** et son père **Robert** après la fermeture du précurseur que fut le **Codec de Castelnaud**), relève les prix de l'ensemble des hypermarchés de la ville et vous permet ainsi de bénéficier de toutes les promotions de tous les hypermarchés : quand vous passez commande ses acheteurs font le tour des grandes surfaces (en moyenne 4 pour tirer parti des promotions) pour composer votre panier et vous le livrent.

Le Picking permet un catalogue de 9200 références, sans aucun stock et, grâce aux cumuls des promotions, un prix moyen plus faible que les hyper eux-mêmes!: **c'est la TPE qui est en mesure de peser sur les prix des grandes surfaces** comme autobytel vis à vis de l'industrie automobile

**Acheter-moins-cher** [www.acheter-moins-cher.com](http://www.acheter-moins-cher.com) et **Promosoldes** [www.promosoldes.com](http://www.promosoldes.com) sélectionnent les marchands les moins chers pour chaque type de produits, **Promofrance** [www.promofrance.com](http://www.promofrance.com) et **Super-promos** pointent sur les promotions de la grande distribution **Promoguide** [www.promoguide.com](http://www.promoguide.com) quant à lui se propose de recenser toutes les promotions et permettra (Push) aux abonnés de recevoir les promotions concernant les domaines qu'ils auront définis. (produit ? marque ? zone géographique ? ...) le cas extrême étant représenté par un site qui vous oriente vers les produits en cours de lancement offerts gratuitement à la dégustation... <http://www.legratuit.com>

[fr.com](http://www.fr.com) <http://www.topgratuit.com> en 0,39 secondes Google trouve 545.000 pages avec le mot clé "gratuit"...

**Kelmoney.com** [www.kelmoney.com](http://www.kelmoney.com) se présente comme l'annuaire du gratuit ... voire du rémunérateur pour l'internaute

Dans le domaine du livre des Meta-marchands font simultanément la recherche sur tous les sites de librairie virtuelle (amazon, Alapage, 00h00, ...) et vous proposent le meilleur prix. Un des atouts, que les meta-marchands devraient conserver longtemps sur les "robots d'achat" (shopbots), est la capacité à apprécier la qualité du produit et du service associé (conformité de la livraison, SAV,...) et à conseiller l'acheteur, voire à livrer les produits

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

### 3 La vente aux enchères sur le Web, les brocantes, le we-commerce

Le succès de ces méthodes de vente est tout à fait spectaculaire : Internet est un outil extraordinaire de fluidification du marché en offrant la possibilité pour un coût extrêmement bas de confronter l'offre et la demande. Il permet de se rapprocher ainsi des mécanismes de marché "parfait" dont rêvaient nos économistes. Aujourd'hui on estime que près de 20 % du commerce électronique se fait de cette façon (sans même parler du domaine financier). Plus de 150.000 produits sont mis en vente chaque jour dans 600 sites professionnels (sans compter les innombrables petits sites). **Keenan Vision Inc** de *San Francisco* prévoit 29% en 2002 et le développement des places de marché ne pourra qu'amplifier le phénomène. Au-delà de cette rationalité économique notons également la dimension psychologique: comme le rappelle un des leaders du marché

**"you don't buy the merchandise, you win it"**

Tout est organisé pour stimuler les instincts du chasseur, du "gagnant". Un "chien de chasse" doté de beaucoup de flair comme l'agent intelligent **MySimon.com** [www.mysimon.com](http://www.mysimon.com) . permet de dénicher l'objet de votre désir. Mais l'objectif est aussi d'en faire comme un marché physique un **lieu de rencontre**, d'échange, de bavardage, de rendez-vous entre personnes passionnées par les mêmes sujets.

#### 3.1 La vente aux enchères: depuis "e-soldes" jusqu'à un marché majeur

Au départ il s'agissait essentiellement de liquider des stocks de produits à obsolescence rapide, typiquement des produits électroniques (composants, ordinateurs, imprimantes,...) des places d'avion , des séjours organisés ou des désistements sur des espaces publicitaires, en quelque sorte des **e-soldes**. Progressivement ce type de vente, devant le succès rencontré est devenu une méthode de vente à part entière et l'on compte déjà 150 sites ayant une activité significative Outre-Atlantique (et sans doute plus de 10.000 de façon plus marginale).

**Egghead** [www.egghead.com](http://www.egghead.com) le "Surcouf" Américain, leader de la grande distribution de matériel électronique a décidé de fermer ses 100 magasins pour tout vendre sur le Web dont 50 % par vente aux enchères à travers ses sites [www.surplusdirect.com](http://www.surplusdirect.com) et [www.surplusauction.com](http://www.surplusauction.com) (il revendique 2 millions de clients) ). Racheté par Onsale il connaît aujourd'hui quelques difficultés

**Apparaissent même sur le Web des objets qui ne sont pas encore commercialisés par d'autres voies:** c'est une méthode pour voir combien les clients sont prêts à payer, afin de déterminer un "prix de marché" pour un produit nouveau. La difficulté consiste à recréer tout à la fois la fièvre d'une salle des vente mais aussi d'apporter climat de confiance que peuvent créer ces vénérables institutions.

**Onsale** <http://onsale.com> créé en 1994, un des pioniers du e-commerce, lui aussi en difficulté aujourd'hui réalisait 200 M \$ de vente en 1998 organise chaque jour 13.000 ventes auprès de 100.000 clients (sur les 800.000 enregistrés fin 98). Les enchères démarrent pratiquement toujours à 1 \$ : l'expérience montre que la vitesse acquise par les enchères en partant de bas conduit les joueurs qui se prennent au jeu, à

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

franchir plus fréquemment les limites raisonnables (voire même à atteindre des prix supérieurs au prix catalogue, le cas extrême étant des bons d'achat de 100\$ adjugés jusqu'à 110\$ par la firme **The Sharper Image**), qu'avec un prix de départ élevé.

Le montant moyen des achats est de 800 \$, mais certaines ventes peuvent monter à 1 million de dollars (une cargaison de bœuf "Taco").

Bien entendu si vous n'avez pas "gagné" Onsale sait ce qui vous intéresse et ne manquera pas de vous signaler la prochaine vente qui proposera des produits analogues.

Voir également par exemple le site [www.goinggoinggone.com](http://www.goinggoinggone.com)<sup>1</sup> créé par Jean-François Drageon, un français installé aux USA ou celui de southwest Auction ([www.webusa.com/usaweb/southwest](http://www.webusa.com/usaweb/southwest)) pour l'immobilier.

**ubid** [www.ubid.com](http://www.ubid.com) organise des ventes au rabais : les prix baissent et le premier internaute qui clique emporte la vente

WorthGuide.com [www.worthguide.com](http://www.worthguide.com) exploite le résultats des ventes réelles pour déterminer la valeur commerciale des produits

En Europe le principal opérateur est **QXL** (Quick Sell) <http://www.qxl.fr> qui doit s'introduire en bourse sur la base d'1 milliard d'euros (groupe Arnault et vivendi sont présent à son tour de table)

Le portail **Interauctionlist** [www.interauctionlist.com](http://www.interauctionlist.com) fournit une entrée très complète dans le monde des ventes aux enchères

En France le **monopole jusqu'en aout 2001 des commissaires priseurs** a conduit à une démarche très timide se limitant en général à une information sur les ventes,

Voir par exemple [www.auctionconsult.com](http://www.auctionconsult.com) [www.interauction.com](http://www.interauction.com) [www.gazette-drouot.com](http://www.gazette-drouot.com) [www.encheres.com](http://www.encheres.com) [www.auctionvo.com](http://www.auctionvo.com),

**Me Tajan** qui dirige une des principales études de commissaires-priseurs, récemment rachetée par le groupe Arnault en France a ouvert un site catalogue dès 1997, qui assure la promotion des ventes ("softselling") et étudie la possibilité de procéder à certaines ventes aux enchères de son étude directement sur le WEB. ([www.TAJAN.com](http://www.TAJAN.com)).

Le projet de loi mettant fin à 4 siècles de monopole (celui-ci a été institué par Henri III en 1556) devrait permettre l'essor de cette activité qui pour l'instant doit contourner la réglementation des "ventes publiques aux enchères". les "biens culturels" se voient encore interdire cette libération pour limiter leur "fuite" à l'étranger : cette limitation, dans la pratique paraît peu réaliste et "induirra sans doute plus de conséquences dommageables qu'elle n'atteindra le but affiché"<sup>1</sup>(Eric Barbry cabinet Bensoussan 7 avril 2003)

Notons surtout les organisateurs de voyages comme

**Nouvelles Frontières** (à partir d'octobre 98) : une vingtaine de destinations à prix cassés chaque semaine quelques jours avant la date de départ <http://encheres.nouvelles-frontieres.fr>

**Degriftour** [www.degriftour.com](http://www.degriftour.com) (qui vient d'être racheté par l'Anglais lastminute.com) dont les 100 MF de CA sur Internet doivent beaucoup à son initiative dans le domaine des ventes aux enchères.

<sup>1</sup>Reportage de Francis Pisani dans le Monde du 2 octobre 1997

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

Les organisateurs des ventes aux enchères peuvent travailler selon 2 méthodes :

- acheter les lots pour les **revendre**
- servir **d'intermédiaires** et prendre une commission *comme **Opensite*** [www.opensite.com](http://www.opensite.com) (de l'ordre de 3 à 15%)

Bien entendu, là encore, **il n'échappera à personne la richesse du fichier client** constitué à cette occasion : pour participer à une vente vous devez vous identifier, donner votre adresse pour que l'on puisse vous livrer, fournir vos coordonnées bancaires et garantir votre solvabilité. Par ailleurs, mieux encore qu'avec les livres on connaît également vos goûts (ce que vous avez tenté d'acheter mais aussi ce que vous avez regardé) et votre tempérament (achats d'impulsion ou démarche plus réfléchie, ...).

La commercialisation de ce type de données est bien évidemment un enjeu économique très important qui pose des problèmes éthiques non moins importants. (le rachat du fichier pouvant s'opérer en rachetant l'entreprise qui le possède: voir firefly/microsoft...). Progressivement tous les grands acteurs du Web proposent des ventes aux enchères: *Aol* avec le concours d'**eBay**, Yahoo! <http://auctions.yahoo.com> et depuis août 1999 <http://encheres.yahoo.fr>, *Amazon.com* ... **Tout s'achète et se vend** : liquidation **d'inventaires**, produits **nouveaux**, produits **rarissimes**, pièces de **collection**, produits **d'occasion**...). La part **la plus importante**, bien que la moins visible de ce marché est **là encore dans le B to B** :

*On achète des **machines outils** avec des "Slide Show Auctions" virtuelles où les machines, grâce à la large bande qui se généralise aux USA permet une présentation vidéo de qualité de la machine mise en vente: voir le site de **Floorspace** [www.floorspace](http://www.floorspace.com) ouvert en Février 1999 (mais aussi **eBay** et yahoo!)*

*Mais on achète aussi des **avions**, des **véhicules**, du **pétrole**, des espaces publicitaires [www.adonsale.com](http://www.adonsale.com) de **l'électricité** (**Altra Energy** [www.altranet.com](http://www.altranet.com), **Oasis** <http://nepool.jtsin.com/OASIS>), des **médicaments** avec Pharmbid, **des fréquences radio** ou des **droits à polluer**, des **noms de domaine** (**Mailclub** : [www.mailclub.com/encheres](http://www.mailclub.com/encheres); en l'an 2000 le nom [www.drugs.com](http://www.drugs.com) a été mis en vente à 855.000\$))*

***EDF** a lancé la première mise aux enchères avec une première tranche de **1.200 mégawatts** adjugés en septembre 2001 et 42 enchérisseurs y ont participé (les prix ont atteint les tarifs allemands, notablement plus élevés qu'en France). D'ici novembre 2003, ce sont progressivement 6.000 mégawatts de droits de tirage, soit l'équivalent de six réacteurs nucléaires (plus de 12% de la production française d'électricité), qui seront ainsi mis aux enchères. [www.edf.fr/bitbucket/pdf/CQ-maj2.pdf](http://www.edf.fr/bitbucket/pdf/CQ-maj2.pdf)*

*Le **Dôme du Millénaire** après sa faillite a vu son contenu (15.000 lots) vendu aux enchères par **EAuctionRoom***

*voire même une **équipe de 16 informaticiens** qui s'est proposée sur le site d'**eBay** pour une mise à prix de 3,14 M\$ un trio **d'autruches** reproductrices, un **tableau de Picasso** pour 2 Millions de dollars un **Dinosaure** de 12 mètres à 5,8 M\$ ou le **Sequoia Yacht** des présidents américains mis à prix 1,5 M\$!!, et en juin 2001, un **tupolev 144 "Concordski"** sur eBay 10M\$*

*En **Suède**, pays qui connaît une grave pénurie d'enseignant un **professeur d'histoire géographie**, **Olof Patolla** a mis ses services aux enchères publiques et attendait des propositions d'embauche jusqu'au 24 août 1999 [www.jobline.se/kompetenauktion](http://www.jobline.se/kompetenauktion) !!*

Il reste à l'évidence à développer des moyens de régulation de ces nouveaux marchés qui ont déjà connu quelques **dérives**

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

**Parmi les plus pittoresques** l'achat par Andrew Tyler, avec la carte de crédit de ses parents, du lit du Premier Ministre Canadien pour 900.000\$

Les risques sont en effet non négligeables que **certaines ventes enfreignent la loi**. Ce problème est d'autant plus délicat à gérer que dans beaucoup de domaines liés à la morale ou aux mœurs la loi est loin d'être la même dans tous les Etats

**Vente d'armes ou de drogue entre particuliers**, vente d'un "rein en bon état" 5,75M\$, vente d'un **bébé à naître** 4M\$ (Le Monde 7 sept 99).

**Forester research** prévoit que ce marché où les 50 premiers sites de vente aux enchères ont réalisé 3 milliards de dollars en 1997 aurait du dépasser **50 milliards de dollars en 2002**. Ces ventes peuvent également se faire **de façon "privée" au sein d'Intranets** (Peugeot a ainsi créé un site pour les véhicules d'occasion réservé à ces concessionnaires). Des logiciels de vente sont développés et commercialisés.

**Opensite** [www.opensite.com](http://www.opensite.com) propose des logiciels de vente aux enchères (auction 4.0), clef en main, paramétrables (classique, à la bougie, Yankee Auction, au cadran, ventes au rabais, enveloppe scellée, enchères hollandaises...) entre 5.000 \$ (ventes simples pour une PME) jusqu'à 50.000 \$ pour le modèle "corporate" permettant des ventes "à la commission". Il en va de même pour **Moais** avec liveexchange 2.1

Il se développe même des logiciels pour les "garages sales", vente "vide grenier" pour particuliers.

A l'autre extrémité **Christie's** [www.christies.com](http://www.christies.com) et **Sotheby's** [www.sothebys.com](http://www.sothebys.com) (et en association avec Amazon [www.sothebys.amazon.com](http://www.sothebys.amazon.com)), il vaut mieux tard que jamais, ont annoncé début 99 leur intention de développer un site d'enchères en ligne. L'intérêt marqué par les groupes **Arnault** et **Pinault** sur chacune de ces vénérables maisons n'est d'ailleurs peut-être pas étranger à cette évolution. **eBay** qui a racheté la prestigieuse maison Butterfield&Butterfield vise également ce créneau

Des **ASP** (Application Services Provider) se sont également positionnés sur ce créneau: hébergeant les logiciels spécialisés, ils vous offrent de prendre en charge sur leurs propres machines toute la gestion de votre mise aux enchères (*Bidland com* [www.bidland.com](http://www.bidland.com) par exemple)

### 3.2 La vente "au cadran"

le principe est celui de la traditionnelle vente au cadran: les prix décroissent toutes les heures et le premier qui "clique" remporte la vente

Exemple **Affaire-conclue.com** [www.affaire-conclue.com](http://www.affaire-conclue.com)

### 3.3 Quand c'est le client qui est amené à proposer un prix

Dans ce cas c'est le client qui affiche ce qu'il veut acheter et le prix qu'il est prêt à payer : il l'obtient en fonction des propositions que le marchand arrive à obtenir de ses fournisseurs

**Price line** créée en 1998 sur cette idée [www.priceline.com](http://www.priceline.com) a vendu de cette façon 130.000 billets d'avion l'année de sa création. Après de grave difficultés elle a bénéficié en juin 2001 d'une injection de 109M\$ de Li Ka-Shing

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

*"combien êtes vous prêt à payer?" permet de vendre plus cher: dans le commerce comme au bridge celui qui ne montre pas sa carte le premier dispose d'un solide avantage*

*"Cette technique de vente a pour originalité de créer une opacité des prix au profit du vendeur : il vend au prix auquel chacun des acheteurs est prêt à payer, et deux personnes différentes sont prêtes à payer des prix différents pour un même produit, ce qui lui permet de **ne pas avoir à s'aligner sur le prix le plus bas** comme pour les enchères normales" **Pierre Alzon**, patron de Dégriftour (son entreprise travaille également sur ce concept)*

### 3.4 Les enchères hollandaises

C'est la formule retenue par exemple par Bill Hambrecht [www.wrhambrecht.com](http://www.wrhambrecht.com) créateur de la Banque d'investissement en ligne **W.R. Hambrecht&Co** pour les introductions en bourse (**OpenIpo**): chaque investisseur propose un prix d'achat, qui doit rester confidentiel, ce qui permet de déterminer le prix qui permet de vendre toutes les actions (tous les investisseurs payent le même prix)

### 3.5 La brocante, la vente de "particulier à particulier": le "C to C": le cas eBay

Il s'agit là d'offrir à des tiers (particuliers ou entreprises) la possibilité de mettre en vente des objets avec une rémunération à la commission. Un des problèmes est pour l'intermédiaire, véritable tiers de confiance voir [www.iescrow.com](http://www.iescrow.com) (I escrow= je consigne), d'assurer l'honnêteté des transactions et de fournir au client des éléments d'appréciation sur le vendeur :

*Soulignons l'initiative de **Aucland** (voir plus bas) qui demandait à ses clients, après transaction de "noter" le vendeur (qualité du produit, délai de livraison, traitement des litiges, ...) : cette note était publiée pour les prochains clients.*

Ce modèle dont **eBay** est le champion concurrence directement les "petites annonces" et **pourrait mettre en péril de nombreux journaux** dont c'est l'activité la plus rentable :

***eBay** [www.ebay.com](http://www.ebay.com) créé par un français **Pierre Omidyar** a su attirer 37 millions de clients et plus de 10 Milliards d'enchères dès le second trimestre 2001 et le site d'enchères devient en mars 2001 le site commercial le plus visité du monde. Le libraire en ligne Amazon passe en seconde position avec un peu moins de 22 millions de visiteurs mensuels.*

*Le taux de croissance moyen de son chiffre d'affaire a été de 137% par an en moyenne depuis lors : 2,1 milliards de \$ en 2003 pour 850M\$ de cash flow et une prévision de 2,9G\$ en 2004 (l'objectif initial qui risque d'être largement dépassé était de 3G\$ en 2005)*

*Pour atteindre le chiffre d'affaire qu'eBay a réalisé au bout de 6 ans Wall Mart en aura mis 25 (en dollar constant source eBay)*

*Fin 2003 il comptait 86 millions de clients (dont 1,2 en France: +291%)*

*Elle se rémunère par une commission de 5 % sur les ventes et par la publicité (ce type de site génère énormément de trafic: un client y passe 120 minutes par mois contre 50 chez yahoo!). Elle a réalisé 47 millions de dollars de CA en 1999 et 2,4 millions de dollars de bénéfice. Sur les 3 premiers trimestre 2002 son CA est passé à 800M\$ et un bénéfice de 260M\$*

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

*Le Financial Times raconte qu'un antiquaire réalisant le même chiffre d'affaire sur **eBay** que dans sa boutique pour des frais 12 fois inférieurs a fermé son magasin physique. Ebay a racheté **Paypal** (moyen de paiement en ligne) pour 1,5 milliards de \$ en 2002. Après un pic de 26 milliards de dollars (PER : 1004 !!!) il était encore valorisée 19 Milliards plus que Sotheby's (1,8 milliards) et fin 2003 sa capitalisation, **35 Milliards de \$**, a redépassé les sommets de la bulle et est voisine de celle de Carrefour*

Bien évidemment les vendeurs ont intérêt à mettre en vente leurs objets là où il y a le plus grand nombre d'acheteurs ... et les acheteurs là où il y a le plus grand nombre de vendeurs. De plus les dépenses de développement d'un site de vente aux enchères sont des coûts fixes. Si on ajoute à cela que les marchés, faisant la même analyse survalorisent le leader on comprend bien que sauf niches particulières et souvent provisoires (la langue par exemple) il n'y a guère de place pour les seconds (et le leader peut sans sortir de cash les racheter par échange d'action. C'est ce qui s'est passé en 2001

@ - **iBazar** ([www.ibazar.com](http://www.ibazar.com)) créée par Pierre-François Grimaldi qui présente chaque jour une centaine de nouveaux articles (depuis la paire de chaussettes à 2F jusqu'à une villa sur la côte d'Azur à 4,5MF) le second site français le plus consulté d'après Netvalue, après Wanadoo mais avant yahoo!, qui avait acheté avec le feu vert de l'Afnic le nom eBay.fr, a ainsi été racheté par **eBay**

@ - **Aucland** ([www.aucland.fr](http://www.aucland.fr)) créée par un jeune Français **Fabrice Grinda** 24 ans de retour des USA et qui en était à sa deuxième création d'entreprise, filiale d'Europ@web : à noter que ce site s'était mis en vente en février 2001... sur iBazar!

@ - **Onatoo.com** [www.onatoo.com](http://www.onatoo.com) lancé en janvier 1999 (prix uniquement en euros...). Après chaque négociation l'acheteur va "**noter**" le vendeur (de -2 à +2) selon la conformité de l'objet, la vitesse de livraison... : ce système permet aux acheteurs d'avoir une idée de la confiance qu'ils peuvent accorder au vendeur

@ - **Enchères on Line** [www.enchereonline.com](http://www.enchereonline.com) s'est spécialisé dans le matériel micro informatique

@ - **Auction Click** [www.auctionclick.com](http://www.auctionclick.com) est née de l'initiative de 4 PME bretonnes [www.auctionlist.com](http://www.auctionlist.com) portail de la vente aux enchères, donne une **vue panoramique** des opérateurs présents dans ce domaine et des agents intelligents peuvent parcourir pour vous le web pour vous prévenir de la mise en vente de l'objet que vous convoitez

## 4 Le troc

Internet est également un outil extrêmement efficace pour le troc (facilité de rapprocher l'offre de la demande à un coût très bas): il y a bien entendu des sites pour les collectionneurs (timbres, cartes postales,...). Dans la pratique, quand il s'agit d'objets physiques qui n'ont pas tous la même valeur beaucoup de sites de troc créent une "quasi monnaie" (des "points") qui permettent des échanges équilibrés (*MrSwap.com, Switchouse, Intelli-Barter, Webswap,...*). La plus forte période de l'année est le lendemain de Noël! Ce type de fonctionnement économique sans échanges monétaires n'est pas sans poser quelques problèmes juridiques (problèmes fiscaux, droit d'auteur,...) L'exemple emblématique de ce nouveau phénomène a été **Napster** [www.napster.com](http://www.napster.com) créé en 1999 par **Shavin Fanning**, 18 ans, il a eu 37 millions d'utilisateurs et plus de 1,5 millions de téléchargements journaliers au sommet de sa gloire en août 2000: la plus forte croissance connue du Web. C'est un véritable cataclysme qui a ébranlé l'ensemble de l'économie du

<sup>2</sup> la notion de PER est bien entendu absurde pour une start-up

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

secteur. Il est évidemment, en terme de copyright à la limite de la légalité (et nul ne sait de quel côté). Quel nouvel équilibre naîtra-t-il des procès en cours?

*"que Napster gagne ou non son procès n'a déjà plus d'importance" souligne Mark Mooradian de Jupiter rien ne sera plus comme avant*

**Gnutella** <http://gnutella.wego.com>, de son côté fonctionne un peu sur le même principe mais sans serveur et sans responsable central ("**Peer to Peer**" ou **P2P**) ce qui rend plus difficile encore une attaque juridique **Scour** [www.scour.com](http://www.scour.com) devrait faire de même en y ajoutant la vidéo et en France on annonce la naissance de **Trokers.net** [www.Trokers.net](http://www.Trokers.net)

**Kazaa** [www.kazaa.com](http://www.kazaa.com) de la compagnie **FastTrack**, **Morpheus** exploité par MusicCity.com et **Grokster** aux Iles Caraïbes pourraient bien prendre le relais du Napster de la grande époque et s'avérer beaucoup plus difficile à déboulonner que lui: ces nouveaux **systèmes d'échange P2P**, ont attiré en moyenne 350 000 utilisateurs simultanés au mois de juin 2001 avec un nombre total de 370 millions de fichiers téléchargés (Musiques, vidéos, films, logiciels). ils pourraient bien atteindre les chiffres records de Napster (1,5 million au faite de sa gloire). Comme Gnutella, et à la différence de Napster, ce ne sont pas des systèmes centralisés, ce qui rendra difficile toute tentative judiciaire et quasiment impossible la mise en place de systèmes de filtrage. Cette nouvelle technologie résout par ailleurs les limitations inhérentes aux systèmes décentralisés tels que Gnutella en réduisant considérablement le temps de réponse des recherches et en augmentant la vitesse de téléchargement. Notons qu'**en matière de marketing le troc est la norme** "un peu de temps ou d'attention contre prime ou réduction"

@ - **Swap.com** [www.swap.com](http://www.swap.com) propose un lieu d'échange de jeux et jouets, **Swapit.com** [www.swapit.com](http://www.swapit.com) se centre sur les CD, **MrSwap.com** [www.mrswap.com](http://www.mrswap.com) dans les jeux électroniques, **Webswatch.com** [www.webswatch.com](http://www.webswatch.com) et **Switchhouse.com** [www.switchhouse.com](http://www.switchhouse.com) proposent un éventail des plus larges

@ - **EbizNet.com** <http://www.eBIZnet.com> avec Global Online Exchange crée un portail consacré au troc, orienté vers les Traders il se rémunère à la commission

## 5 Les achats groupés: le we-commerce: les prix baissent en fonction du nombre de clients

Nous en avons vu le principe dans le cadre des communautés d'acheteurs : Ces sites de we-commerce, lancés par **Mercata** [www.mercata.com](http://www.mercata.com) et **Accompany** [www.accompany.com](http://www.accompany.com) et suivis par **Letsbuyit** (Suède) Powershopping, Akabi, Union-Dream, Alibabuy, Kooby, Yahoo!,...proposent aux consommateurs de se regrouper pour acheter un produit. Certains sites se sont spécialisés dans un type de produit comme le **New-York Fuel Consortium** [www.nyfco.com](http://www.nyfco.com) ou celui des **camionneurs américains** [www.layover.com](http://www.layover.com) (gazoil et assurances). Plus le nombre de clients est important plus le prix est bas: c'est un modèle qui reprend celui des coopératives et des comités d'entreprise.

*Ultra-vente [www.ultra-vantages.net](http://www.ultra-vantages.net) se propose d'offrir aux PME par ce moyen les avantages des comités d'entreprises des grandes sociétés*

Un autre avantage, peut-être plus important est de pouvoir **faire élaborer un produit spécifique** pour le groupe que l'on ne trouve pas dans le commerce (séjour touristique,

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

cravatte d'une Ecole, objet évènementiel,...): c'est en particulier le créneau de **Uniondream.com** [www.uniondream.com](http://www.uniondream.com)

En France **ebuyclub.com** [www.ebuyclub.com](http://www.ebuyclub.com) ou **Clust.com** [www.clust.com](http://www.clust.com) ont démarré début 2000 sur le même principe. **Clust.com** (racheté par Dealpartners qui exploite le site d'achats groupés concurrent **Uniondream** puis marié avec Topachat en 2003 après recentrage sur la vente de la vente de produits électroniques), qui comptait 10.000 membres à mi-2000, permettait par exemple à 50 surfeurs de se regrouper pour importer une planche qui n'est disponible qu'outre Atlantique, des forums permettaient d'initier des idées de produits nouveaux qui pouvaient être mis en fabrication si un nombre suffisant de clients se manifestaient comme ce fut le cas pour la "veste-téléphone" par exemple) <http://news.zdnet.fr/story/0,,s2061501,00.html>

Chacun des clients est alors incité à faire la promotion du produit vis à vis de ses connaissances (à l'exact opposé des ventes aux enchères) pour en faire baisser le prix ou pour pouvoir obtenir un produit qui n'est pas en vente au détail: De nombreux acteurs qui se sont lancés sur ce créneau s'y sont cassé les dents (Mercata, Clust, Letsbuyit, Koobuy,...) mais cela ne nous paraît pas une raison pour oublier ce modèle (qui, historiquement fut celui des coopératives) car il renaitra sans doute à l'avenir sous une autre forme quand le marché sera plus mature

## 6 Les sites d'appel d'offres : les enchères inversées

C'est ici le principe inverse : **l'acheteur met en concurrence les offreurs.**

Aux Etats unis **General Electric** qui réalise **2 Milliards de dollars** par cette voie avec pour objectif de passer rapidement à 5G\$

L'entreprise a ainsi par exemple regroupé l'ensemble des commandes de lunettes de sécurité de ses filiales et a procédé à des achats aux enchères: 80 entreprises ont soumissionné, 2 ont été retenues. Résultat, une **baisse de prix de 40%**

Dans un groupe très décentralisé, les petits achats sont généralement peu traités et donc les marges de progression importantes. **Eric SEBELLIN**, Directeur e-procurement, **Air Liquide** net 2003 [www.afnet.fr](http://www.afnet.fr)

C'est la modalité la plus utilisée aujourd'hui pour les achats industriels : l'acheteur définit un cahier des charge du bien ou service à fournir, fixe un prix de départ, un créneau de temps pour le déroulement des enchères et agréé un certain nombre de fournisseur pour concourir. Il convient en effet pour que la concurrence s'établisse dans de bonne condition

- Que la prestation soit très précisément définie
- Que le niveau de qualité des fournisseurs remplissent les critères voulus
- Que leur solidité financière soit compatible avec le marché considéré
- Que leur logistique puisse s'intégrer dans la chaîne de production
- Que des règles de base en matière d'éthique soient respectées (il semblerait en particulier que certains acheteurs peu scrupuleux aient eu recours à des "lièvres", faux enchérisseurs utilisés pour faire baisser les prix)

"les **économies générées** par les enchères inversées sont de 6 à 10% pour les achats de pièces destinées aux véhicules et de 15 à 30% pour les achats "hors production" mais cette procédure n'est adaptée que pour environ 15% de l'ensemble des achats, une des difficultés étant la capacité à spécifier de façon extrêmement précise les besoins  
il faut faire attention de ne pas mettre en péril la santé financière de nos fournisseurs car **il n'est de bon fournisseurs que des fournisseurs "debout". Il faut pratiquer le "juste assez"**

Page 17

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

*En 2002, 120 acheteurs ont pratiqué les enchères inversées, pour environ 260 enchères menées à bien. En 2003 c'est 750 enchères pour 1,7G€ qui auront eu lieu*

*Je ne communiquerai pas sur le montant global des gains que nous avons obtenus. Cela dit, la décision que nous avons prise de tripler, en 2003, le volume de pièces commandées par ce biais donne une idée du bénéfice que le Groupe y trouve" **Annick Gentes-Kruch**, Directeur e-business de **PSA Net 2003**, [www.afnet.fr](http://www.afnet.fr)*

*on peut aussi se demander, dans certains cas, si des propositions d'enchères ne recouvrent pas l'existence d'un **lièvre**, ayant pour seul objet de faire baisser le prix" **Didier FEGLY**, Président-Directeur général de **SACRED**, Président du **SNCP** et du **CLIFA Net 2003**, [www.afnet.fr](http://www.afnet.fr)*

L'intérêt de cette formule est multiple

- C'est une procédure très rapide (en général une heure)
- C'est une procédure peu coûteuse pour l'acheteur comme pour le vendeur
- Pour l'acheteur elle permet par une mise en concurrence plus efficace d'abaisser les prix
- Pour le vendeur c'est une procédure qui permet à une PME d'accéder à des marchés beaucoup plus vastes avec un effort commercial réduit
- Elle permet à la PME de tester sa compétitivité sur ses différents produits ce qui peut conduire à des recentrages stratégiques:

Bien souvent une entreprise, bénéficiait d'une protection géographique et desservait un marché de proximité, ce qui l'amenait à développer une large gamme de produits. Dorénavant mise en compétition sur une vaste aire géographique elle constate bien souvent une compétitivité très différenciée de ses différents produits et c'est parfois un produit "secondaire" qui s'avère le plus performant. De marginal sur son marché initial étroit, celui-ci peut ainsi devenir son produit phare avec parfois de profonds recentrages stratégiques

Notons que cela implique pour prendre des décisions pertinentes une comptabilité analytique très performante qui n'existe pas toujours: là encore l'intranet joue un rôle essentiel en "captant" l'information nécessaire à cette comptabilité tout au long du process sans cout de saisie et sans risques d'erreurs

***SNECMA Groupe** "exemple d'une enchère sur des joints. Une RFI a été envoyée à la moitié des 600 fournisseurs potentiels identifiés dans le monde. 40 % d'entre eux nous ont répondu. L'entreprise a finalement décidé de faire l'enchères qu'avec douze entreprises, les prix qu'elles proposaient nous satisfaisant. Les critères logistiques et qualitatifs ont été cernés dès ce niveau.L'enchère inversée est une négociation finale rapide avec les fournisseurs. Elle a permis de faire 142 itérations économiques en trois heures" **Jean-Michel NOWAK**, Responsable e-procurement, **Net 2003** [www.afnet.fr](http://www.afnet.fr)*

On a vu plus haut que cela était un des composants de Autobytel ou Springstreet.com (anciennement Allapartments.com). Aux USA des "**courtiers**" se sont installés sur ce créneau pour mettre en concurrence des fournisseurs de crédits hypothécaires comme Eloan [www.eloan.com](http://www.eloan.com) permettant ainsi à leurs clients de voir leur taux de prêts baisser de 0,75 % en moyenne.

***Verticalnet** [www.verticalnet.com](http://www.verticalnet.com), créé en 1995 par un ancien cadre d'AOL, qui fédère en communautés électroniques plusieurs dizaines de secteurs professionnels organise entre eux*

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

*des sites d'appel d'offre et de ventes aux enchères qui ont tendance aujourd'hui à remplacer les ventes à prix catalogue.*

*En France, un exemple extrêmement intéressant : celui de **Graphic Village** [www.imprimfr.com](http://www.imprimfr.com). Cette communauté professionnelle **d'un millier d'imprimeurs** s'est organisée (sous l'impulsion de l'ex-**Compagnie Bancaire**) pour **permettre à leurs clients de les mettre en compétition**, entraînant ainsi une baisse prix de 10 à 20 %.*

*Cette façon d'opérer pourrait apparaître à première vue quelque peu "masochiste" mais, comme le souligne Jean-Michel Billaut "aujourd'hui, si vous êtes en dehors du site, vous êtes en dehors du coup donc morts" :*

*Dans une optique internationale les membres de Graphic Village ont ainsi acquis une visibilité et une capacité d'attirer les clients difficilement imaginable dans l'approche traditionnelle et la baisse des prix consentis est largement compensée par l'économie des coûts commerciaux que permet cette technique de vente.*

Cette évolution conduit le cabinet **zona research** [www.zonaresearch.com](http://www.zonaresearch.com) à prédire la fin des prix catalogues dans de nombreux secteurs industriels.

## 7 Un outil pour toutes les bourses

Internet est à l'évidence un outil particulièrement bien adapté pour les Bourses. Toutes les Bourses, dont l'objet même est de rapprocher une offre proposée par un grand nombre de fournisseurs et une demande pouvant provenir d'un grand nombre de clients, devraient rapidement utiliser les potentialités d'Internet. Les opérateurs actuels sauront-ils s'adapter ? Verra-t-on émerger de nouvelles entreprises créées pour profiter de cette opportunité qui déstabilisera les structures anciennes parfois peu mobiles ? :

### 7.1 A tout seigneur tout honneur : les bourses des valeurs

Devant l'intérêt évident de cette approche (Forrester research et Jupiter communication s'accordent pour estimer que le **marché du courtage en ligne**, qui était de 145 Milliards de dollars en 1998, atteindra **3.000 Milliards de dollars** en **2003**) la chute des cours actuelle rend aujourd'hui cette prévision peu réaliste car le nombre et le montant des transactions ont considérablement souffert de la crise, mais néanmoins le nombre de clients continue d'augmenter, tant et si bien que le prochain cycle de hausse verra sans doute une envolée des transactions en ligne. On peut se demander si ce n'est pas l'existence même des bourses et les plateformes de négociations telles que nous les connaissons aujourd'hui qui risquent d'être remis en cause.

*Le **Chicago Board of Trade** qui effectuait encore 95% de ses transactions sur le parquet n'a décidé qu'à l'été 1999 de basculer sur un marché électronique et parce qu'il était sous la menace de **William Porter**, fondateur d'**e-trade**, qui projette de lancer un marché des options sur action avec des coûts de transaction beaucoup plus bas*

*Le 9 nov 1999 **Richard Grasso** président du **NYSE (New York Stock Exchange)** sous la pression de ses gros clients qui ont commencé à dévier leurs opérations vers les marchés électroniques (**ECN**) annonce une évolution semblable malgré les menaces que fait peser cette orientation sur l'avenir de ses opérateurs comme les teneurs de marché*

*Les **ECN** avec des entreprises comme **DATEK**, **Instinet** (qui a racheté **Island** en 2002), **Archipelago**, **Bloomberg Tradebook**, **Brass Utilities**, **Redibook**, **MarketXT**, **Strike T**, **NexTrade**, soutenus par les grandes banques d'investissement, pourraient même selon certains remplacer totalement les anciennes bourses: ils sont beaucoup moins coûteux, travaillent simultanément sur toutes les places financières, sont opérationnels parfois jusqu'à 23h sur 24.*

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

En 2001, ils avaient déjà capté 22% des transactions du **Nasdaq** et 6% du **Nyse**. Ils viennent de décider d'interconnecter leurs systèmes informatiques pour mieux informer leurs clients

**Tradeweb** voit déjà transiter 15% du volume négocié sur les emprunts d'Etat américains en 1998 on recensait 12 **plateformes électroniques de transaction utilisant Internet**, 80 en 2000 (et même 300 en comptant les plateformes privées des institutions financières) qui captent 50% des opérations effectuées aux US: il est bien évident que là comme ailleurs cette phase de créativité bouillonnante sera suivie d'une phase de rationalisation où seuls les nouveaux leaders émergeront

En Europe **Virt-X** [www.virt-x.com](http://www.virt-x.com) (ex **Trade-Point**) a lancé à Londres en juin 2001 la "première" bourse électronique pan-européenne avec pour objectif 10% du marché européen sur les valeurs vedettes

En France **Anthium Finance** (ex-Web-Bonds) a lancé mi 2001 "**Web After Hours**" qui permet de négocier en dehors des heures de bourse <http://213.11.78.71/THS/TradingSerial/Pages/Avantouverture.php3>

Par ailleurs une multitude de nouveaux courtiers ont émergé aux USA, citons parmi les principaux :

Deux géants **Charles Schwab** [www.eshwab.com](http://www.eshwab.com) qui a conquis 7 millions de clients (55\$ par transaction pour les ordres passés par téléphone et 29,95 par internet) (fév 2001)

et surtout **E-trade** ([www.etrade.com](http://www.etrade.com)) qui avec ses 3,7 millions de clients (mai 2001), son tarif inchangé depuis l'origine de 14,95\$ par transaction, son chiffre d'affaire de 245 millions de dollars et malgré son déficit atteint une capitalisation de 12 milliards de dollars

**Datek** [www.datek.com](http://www.datek.com) (fusionné en 2002 avec Ameritrade ce qui leur permet d'arriver en 4<sup>ème</sup> place avec 2,7 millions de client fin 2002) a apporté une nouvelle révolution dans ce domaine

@ - en affichant les cotations en temps réel ("**streaming quote**", mise à jour chaque seconde),

@ - en effectuant la **compensation** d'une large partie (60%) des ordres entre ses clients, (grâce à **Datek Online Clearing Corp**)

@ - en **assurant l'exécution** des opérations en temps réel (garantie moins de 60 secondes, au delà le client est remboursé), car il possède **Island** [www.island.com](http://www.island.com) qui est un **ECN (Electronic Communication Network** ou "bourse électronique") ayant capacité à exécuter les transactions pour des coûts très inférieurs sur les valeurs cotées sur toutes les places mondiales, offrant une plage horaire notablement plus large (12h contre 6h30). Island a fusionné avec Instinet en 2002 : ils assurent à eux deux 22% du volume des échanges du Nasdaq

Il représente aujourd'hui 12% des transactions sur le Nasdaq

@ - en **tenant la comptabilité** de ses clients **en temps réel** : ceux-ci peuvent alors immédiatement réinvestir. Chaque client de Datek réalise 15,8 transactions par trimestre contre une moyenne de 3,5 pour les concurrents

@ - bien entendu il assure **conseils analyses** et fonctions **d'alerte** à ses clients

@ - avec un coût forfaitaire encore inférieur (**9,95\$**): ce ne sont pas seulement les intermédiaires financiers classiques dont l'existence est menacée mais les bourses traditionnelles elles-mêmes

Datek 850 employés, qui était à la 4<sup>ème</sup> place des e-traders avec 837.000 comptes actifs en 2002, dépensait 450\$ par client nouveau soit 9 mois de commissions. Il a levé 300M\$ pour financer son développement

**Brown&Co** [www.brownco.com](http://www.brownco.com) et **protade** [www.protade.com](http://www.protade.com) sont actuellement les moins chers (5\$ par transaction), mais ne fournissent quasiment aucune information "

Mentionnons également des **fournisseurs d'information boursière**

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

**Quote.com** <http://quote.com> (racheté en sept99 par Lycos) fournit une information précise et de qualité indispensable aux cyber-boursiers (l'entreprise a des clients en direct, mais fournit aussi e-trade, Charles Schwab ou Fidelity)

En France le leader semble être **Boursier.com** [www.boursier.com](http://www.boursier.com), lancé en 1998 il atteint en sept99 500.000 pages vue par mois avec un taux de croissance de 100% par trimestre

Notons également l'émergence de véritables places de marché avec système d'enchères inversées pour les produits financiers comme **bfinance**

Afin de répondre aux **besoins de financements des trésoriers** d'entreprise **bfinances** [www.bfinance.com](http://www.bfinance.com) met en compétition 217 banques internationales : en 2000 il avait déjà réalisé un volume de transactions de 1,5 milliards d'euros

Dans son rapport **la COB souligne** "traditionnellement, **l'information riche** avait une diffusion réduite **et une diffusion large** impliquait de limiter cette information: l'Internet permet de concilier ces deux caractéristiques jusqu'alors contradictoire, et cela **à un coût minime**". Elle concluait avec un sens remarquable de la litote "**il est encore prématuré d'affirmer qu'internet deviendra le moyen de diffusion dominant pour l'information financière**". Cette évolution a pris la forme d'un raz de marée pendant la période d'euphorie de la bourse et déjà **15 à 20 % des transactions effectuées par des particuliers passent par ces nouveaux courtiers**, ce qui n'est pas sans influence sur l'augmentation du nombre des transactions, la volatilité des cours (il n'est pas rare de voir des entreprises dont la cote a été multipliée par 10 entre le printemps 1999 et le printemps 2000 et divisé par 3 à l'été 2000 et par 20 en 2002... et cela ne concerne pas que les start-up) et la cote atteinte par les "valeurs internet"

On a même vu timidement apparaître l'introduction en bourse virtuelle, directement sur le web, d'une petite brasserie new-yorkaise (**Spring Street Brewery**) et la création d'une firme spécialisée dans ce type d'introduction en bourse (**IPOnet**) qui a reçu l'agrément de la SEC. [www.corp.ca.gov/commiss/op6600.htm](http://www.corp.ca.gov/commiss/op6600.htm)

L'Allemande **Net.IPO**, première banque d'affaire européenne sur Internet a participé au cours de son premier exercice clos en avril 2000 à 20 introductions en bourse [www.netIPO.de](http://www.netIPO.de)

[www.going-public.com](http://www.going-public.com)

Notre pays a connu pour sa part en 1998 une particulière effervescence : ce n'étaient pas moins de **4 à 5 nouveaux sites francophones concernant le domaine financier qui s'ouvrent chaque jour**: là encore une décantation a dû se faire

@ - sites **d'information** ([www.qualisteam.com](http://www.qualisteam.com) ),

@ - sites dédiés **au sein de moteurs de recherche** (<http://finance.lokace.fr>) ou (<http://finance.yahoo.fr>)

@ - sites **officiels** ([www.nouveau-marche.fr](http://www.nouveau-marche.fr))

@ - sites **forum** ([fr.misc.finance](http://fr.misc.finance))

@ - sites des **journaux financiers** ([www.Lesechos.fr](http://www.Lesechos.fr)),

@ - sites offrant des **outils d'évaluation ou de simulation** [www.finance-net.com](http://www.finance-net.com) ou [www.boursorama.com](http://www.boursorama.com), accès aux cours en temps réel ([www.cotations.com](http://www.cotations.com))

@ - sites qui vous **permettent d'être alerté** en fonction du niveau atteint par certaines cotations [www.bourse-de-paris.fr](http://www.bourse-de-paris.fr)

@ - sites qui vous permettent de vous **initier** ou de vous **former** ([www.firstinvest.com](http://www.firstinvest.com) ou [www.svpbourse.com](http://www.svpbourse.com)) de retrouver les communiqués de bourse ([www.prline.com](http://www.prline.com)).

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

@ - Par ailleurs **Atos** <http://www.atos-group.com>, spécialiste de l'informatique bancaire met, avec son système **Net-trading** une boîte à outils permettant à un établissement financier de créer une salle des marchés virtuelle personnalisée  
*"il y a un an personne ne voulait être le premier à se lancer, aujourd'hui personne ne veut être le dernier" Eric Baudoin d'Atos aux Echos*

Enfin les principaux organismes accrédités auprès de la bourse de Paris s'engagent tous avec une indéniable frilosité vers le passage d'ordre en ligne:

voir [www.dubus.fr](http://www.dubus.fr), [www.portzamparc.fr](http://www.portzamparc.fr), [www.wargny.fr](http://www.wargny.fr), [www.delahaye.fr](http://www.delahaye.fr), si ce n'est Cortal [www.banque-cortal.fr](http://www.banque-cortal.fr) qui s'est lancé dans le discount brokerage (e-cortal) avec +43% au 1<sup>er</sup> semestre 1999 par rapport à l'année précédente

L'annonce fin 98 de l'accord entre e-trade [www.etrade.com](http://www.etrade.com) et la banque française CPR [www.cpr.fr](http://www.cpr.fr) pour créer un véritable site de transaction [www.cprbourse.tm.fr](http://www.cprbourse.tm.fr) pourrait annoncer un nouveau changement de rythme dans cette évolution. (if you can't beat them, join them!)

Le site [www.gomezadvisor.com](http://www.gomezadvisor.com) propose un classement des courtiers.

## 7.2 Mais aussi toutes les autres bourses: emploi, fret, déchets, technologies, partenariats, échanges, matériel d'occasion

- Bourse de **matériels d'occasion**

Dans le domaine de la **machine outil d'occasion** chaque semaine voit apparaître de nouveaux sites aux USA (voir l'étude de l'Atelier BNP Paribas Juillet 99 [www.atelier.fr](http://www.atelier.fr)): [www.netlist-ww.com](http://www.netlist-ww.com) (qui écoule par exemple les surplus de General Electric), [www.machinerynet.com](http://www.machinerynet.com), [www.machine-and-tools.com](http://www.machine-and-tools.com), [www.surplusrecord.com](http://www.surplusrecord.com), [www.industrylist.com](http://www.industrylist.com),...

Dans le domaine **agricole** aussi: c'est un des services de [www.agriculture.com](http://www.agriculture.com) aux Etats-Unis

- Bourses de **matières premières**

**InterXion, Band-X et Trading Com** ont levé en 2000 plusieurs centaines de MF pour mettre en place des bourses où les opérateurs achètent et vendent des minutes de télécommunication

La **bourse sur Internet Internet** fonctionnant 24h sur 24 Intercontinental Exchange (**ICE**) a absorbé la grande bourse traditionnelle traitant le pétrole à la criée (International Petroleum Exchange: **IPE**), filiale du New York Mercantile Exchange (Nymex) au printemps 2001. ICE traitera 3,5 Milliards de Dollars par jour soit **1000 Milliards de Dollars par an**. En réaction la bourse New Yorkaise a décidé de lancer Nymex. Les déboires d'Enron lui ont permis d'augmenter encore son volume d'activité à 4 milliards de \$ par jour en 2002

**OM Gruppen** propriétaire de la bourse de Stockholm de UK Power exchange, d'Environnement Exchange et de Pulpex (pâte à papier) a pris le contrôle de Natural Gas Exchange (NGX) au 1 janvier 2001

2001 a également vu la création d'EPM (**Electronic Precious Metals LLC**) Bourse électronique des métaux précieux [www.epmex.com](http://www.epmex.com)

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

- Bourses des **déchets**, (Enviroplus [www.enviro2B.com](http://www.enviro2B.com), Prorecyclage.com [www.prorecyclage.com](http://www.prorecyclage.com) )
- Bourse de **Fret**

*Saluons ici une initiative (novembre 1997) d'une très ancienne compagnie parisienne, le **groupe Budd** (créé au milieu du siècle dernier et l'un des principaux correspondants des mutuelles d'assurance des armateurs)  
Ce groupe a créé une Bourse de Fret "**The Global Freight Market**" [www.freightmarket.com](http://www.freightmarket.com) qui compte déjà 5000 utilisateurs réguliers pour des transports internationaux maritimes, terrestres ou aériens : ce système très rapide et économique permet surtout une optimisation des coefficients de remplissage des bateaux, camions ou aéronefs*

- Bourses **d'échange** (signalons ici l'initiative du syndicat des entreprises de sous-traitance électronique qui a créé **Net Tronic**, [www.copilote.com/SNESE](http://www.copilote.com/SNESE) permettant à ses adhérents de vendre leurs stocks dormants de composants et de faciliter la circulation des composants entre entreprises de la sous-traitance: vendu 2000F par an ce service a ouvert dès mars 97)
- Bourses des **technologies**, -
- Bourses de la **sous-traitance** -
- Bourses de **l'emploi**
- Bourse pour la **recherche d'un partenaire** ou d'un distributeur [www.france-compagnies.com](http://www.france-compagnies.com) ou [www.businessroad.com](http://www.businessroad.com) spécialisé dans la recherche de partenariat à l'international

En 1998 les bourses représentaient d'après l'AFTEL, **24% du commerce électronique**

# E-business, étape 5 : les nouvelles formes de vente

## Guide Internet pour l'Entreprise

### Sommaire

<b>1</b>	<b><i>Le "softselling": des sites pour se distraire ou trouver une information de référence</i></b>	<b>1</b>
1.1	Des sites qui attirent, mais surtout qui retiennent: une qualité nécessaire sur le web, être "collant" _____	1
1.2	... et qui savent se rappeler à bon escient à votre souvenir _____	2
1.3	"labourez moins large mais plus profond", préférez "la part de client" à la "part de marché": le CRM Customer Relationship Management _____	2
1.4	L'archétype de cette politique est amazonLes sites visant l'achat "coup de cœur" _____	3
1.5	Pour des acheteurs recherchant le meilleur rapport qualité/prix: informations, analyses comparatives, forums pour les clients, outils de simulation, liens vers d'autres informations, ... _____	4
1.6	Des sites qui ne vendent un produit mais qui apportent une réponse globale au problème du client _____	6
1.7	Un nouveau marché de gros: celui de l'information, la "syndication de contenu" _____	8
<b>2</b>	<b><i>Les Meta-Marchands</i></b> _____	<b>9</b>
<b>3</b>	<b><i>La vente aux enchères sur le Web, les brocantes, le we-commerce</i></b> _____	<b>10</b>
3.1	La vente aux enchères: depuis "e-soldes" jusqu'à un marché majeur _____	10
3.2	La vente "au cadran" _____	13
3.3	Quand c'est le client qui est amené à proposer un prix _____	13
3.4	Les enchères hollandaises _____	14
3.5	La brocante, la vente de "particulier à particulier": le "C to C": le cas eBay _____	14
<b>4</b>	<b><i>Le troc</i></b> _____	<b>15</b>
<b>5</b>	<b><i>Les achats groupés: le we-commerce: les prix baissent en fonction du nombre de clients</i></b> _____	<b>16</b>
<b>6</b>	<b><i>Les sites d'appel d'offres : les enchères inversées</i></b> _____	<b>17</b>
<b>7</b>	<b><i>Un outil pour toutes les bourses</i></b> _____	<b>19</b>
7.1	A tout seigneur tout honneur : les bourses des valeurs _____	19
7.2	Mais aussi toutes les autres bourses: emploi, fret, déchets, technologies, partenariats, échanges, matériel d'occasion _____	22
	<b>Sommaire</b> _____	<b>24</b>

Paris, le 9 août 2004