

SEANCE VIII

« Comment rendre un concept innovant sur internet
fonctionnel et monétisable ? »

Arthur COURTHEOUX (ENT 2007)

SOMMAIRE



- Surfer sur la vague « e-commerce »



- Se battre dans secteur en mouvement



- Avoir une stratégie de différenciation



- Organiser un processus commercial performant



- Savoir se promouvoir



- Optimiser ses ventes



- Saisir les opportunités de développement

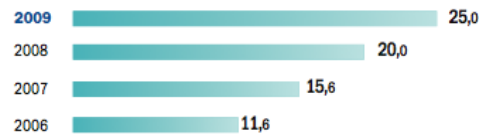
Surfer sur la vague du e-commerce

LE MARCHÉ E-COMMERCE

Chiffre d'affaires
e-commerce

produits + services
en milliards d'Euros

+25%
en 2009

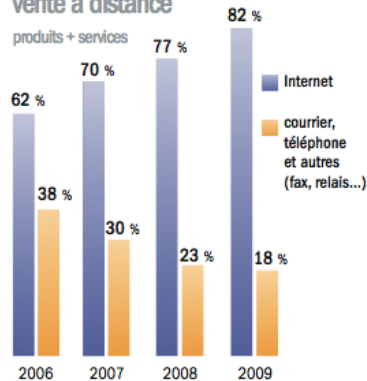


Source : Etude ICE – Bilan e-commerce 2009/Fevad/KPMG

MODES DE COMMANDE

en % du chiffre d'affaires
vente à distance

produits + services



Source : Fevad

LES ACHETEURS EN LIGNE

Nombre
d'acheteurs
en ligne **25,1** millions



Nombre
d'internautes
35 millions

Source : Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet – 1^{er} trimestre 2010

LES PRODUITS/SERVICES ACHETÉS EN LIGNE

(AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS) EN % DES INTERNAUTES

Voyage/Tourisme	58
Services*	50
Produits techniques	48
Produits culturels	45
Habillement et accessoires	45
Homme/Femme/Enfant	45
Maison	24
Hygiène/Beauté/Santé	23
Finance/Assurance	18
Jeux et jouets	15
Alimentation	14
Voitures	2

Source : Baromètre Fevad – Médiamétrie//NetRatings mai 2010

* billetterie, développement photos, téléchargement, abonnements presse...

98% des cyberacheteurs
satisfaits

de leurs achats au cours des 6 derniers mois

Source : Baromètre Fevad – Médiamétrie//NetRatings octobre 2009

90€
montant moyen
d'une transaction en ligne

Source : Fevad, Bilan e-commerce 2009

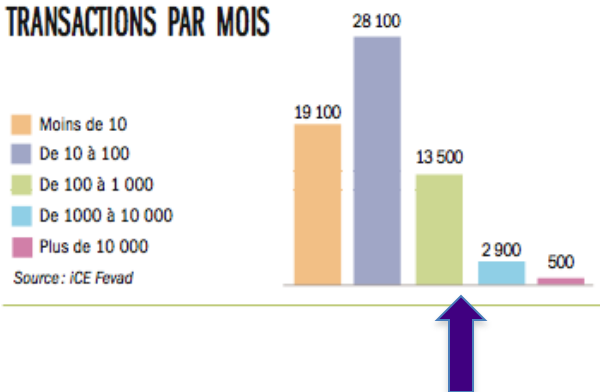


Se battre dans un secteur en mouvement

PROGRESSION DU NOMBRE DE SITES MARCHANDS ACTIFS



ENVIRON 500 SITES ENREGISTRENT PLUS DE 10 000 TRANSACTIONS PAR MOIS



CLASSEMENT FEVAD/MEDIAMETRIE DES SITES E-COMMERCE LES PLUS VISITÉS

Moyenne mensuelle du 1^{er} trimestre 2010 (en milliers de visiteurs)

Brands ou Channels	Visiteurs Uniques
1 eBay *	11 194
2 PriceMinister *	10 738
3 La Redoute *	10 110
4 Amazon *	9 295
5 Cdiscount *	8 382
6 3 Suisses *	8 231
7 Fnac *	8 141
8 Voyages-sncf.com *	6 964
9 Carrefour *	6 298
10 Vente-privee.com *	6 109
11 Pbxmania *	6 036
12 Rue du Commerce *	5 137
13 La Maison de Valerie *	4 473
14 Spartoo*	4 332
15 Brandalley.com *	4 029

* Les sites adhérents à la Fevad sont signalés par un astérisque

Source : Classement Médiamétrie//NetRatings spécialement créé pour la Fevad - Panel France - Domicile et lieu de travail - Applications Internet exclues

Avoir une stratégie de différenciation

direct-d-sign le meilleur du design & de la création

Email :
Mot de passe : **Accès direct**

La boutique

- PROMO JARDIN I
- ART DE LA TABLE
- DESIGN MURAL
- LINGE DE MAISON
- LUMINAIRES
- MOBILIER
- OBJETS DECO
- OUTDOOR
- TAPIS

Promo exclusive de printemps
jusqu'au 27 avril

voir la sélection !

Sweetch18
design by corakapory
it's a chair it's a table

Partenaires
marie claire
Maison.com
Design à l'école
unicef
ensemble pour les enfants

➤ Partenaire référent du monde du design

Avoir une stratégie de différenciation

The image shows a screenshot of the Cdiscount website homepage, which is heavily cluttered with promotional banners and offers. A large red 'X' is drawn over the entire page, signifying that this approach is a negative example of a differentiation strategy. The website features a top navigation bar with various category links, a search bar, and a newsletter sign-up. Below this, there are several promotional banners, including one for 'Carte Cdiscount' offering 10€ off on purchases over 150€. The main content area is filled with product advertisements for items like a Sony laptop, a Haier washing machine, a Kodak camera, and an LG plasma TV. A central banner reads 'À PRENDRE ou à LAISSER!' (To take or to leave!). At the bottom, there are more promotional banners for 'Livraison gratuite' and 'Exceptionnel Nike'.

Avoir une stratégie de différenciation

1. direct-d-sign est un Pure player e-commerce (vs diversification)



Rapidité de mise en œuvre



Réductions des coûts

Avoir une stratégie de différenciation

2. direct-d-sign découvre la tendance (vs marques établies)

Dans le design, tout le monde connaît..

ALESSI

FLOS

Artemide®

Kartell

Avoir une stratégie de différenciation

3. direct-d-sign pour les amoureux du design (vs mass market)

Sourcing exclusif ou ultra qualitatif...



Caractéristiques
Produits au centre
du sourcing



Avoir une stratégie de différenciation

4. direct-d-sign pour vous (vs achat de fichiers)



Bouche à oreille



Parrainage



RP

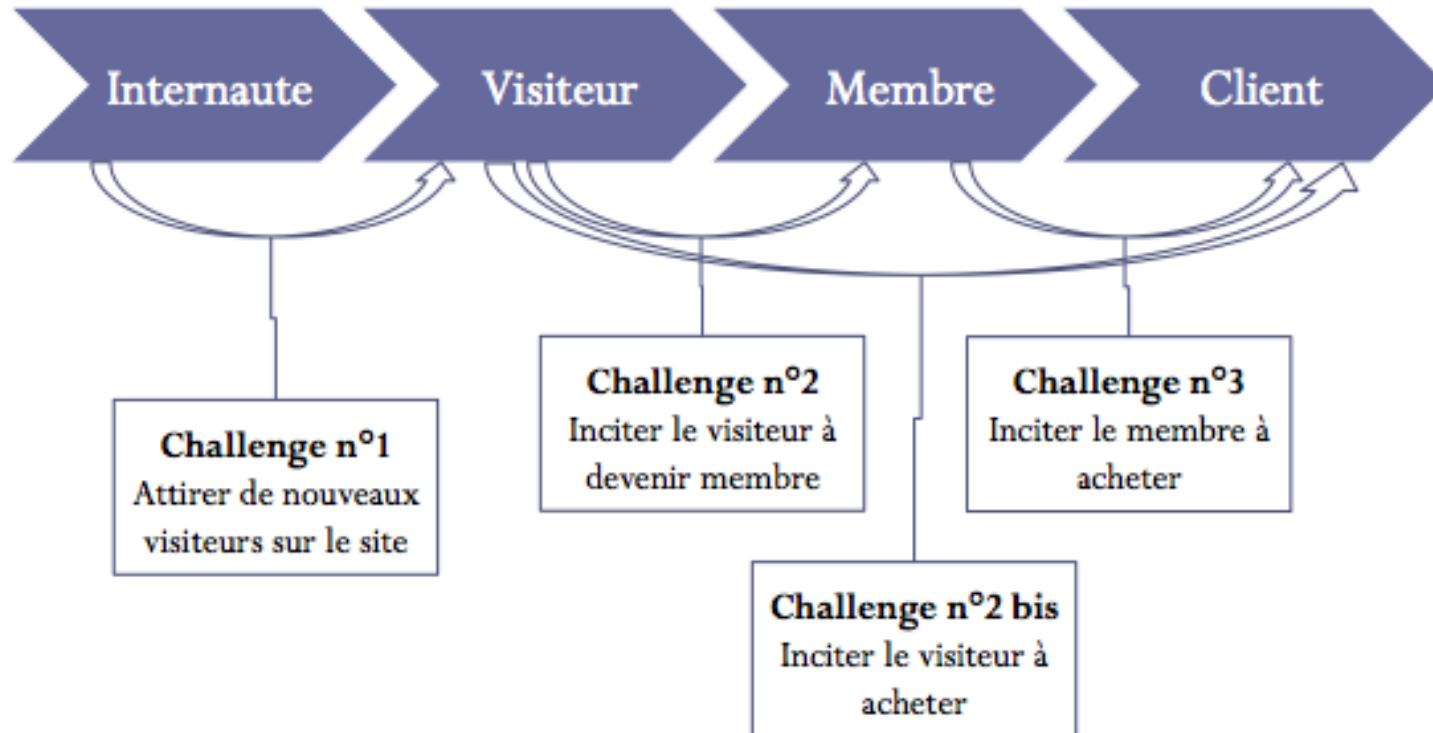
Avoir une stratégie de différenciation

5. direct-d-sign fidélise par le service (vs call center impersonnel)

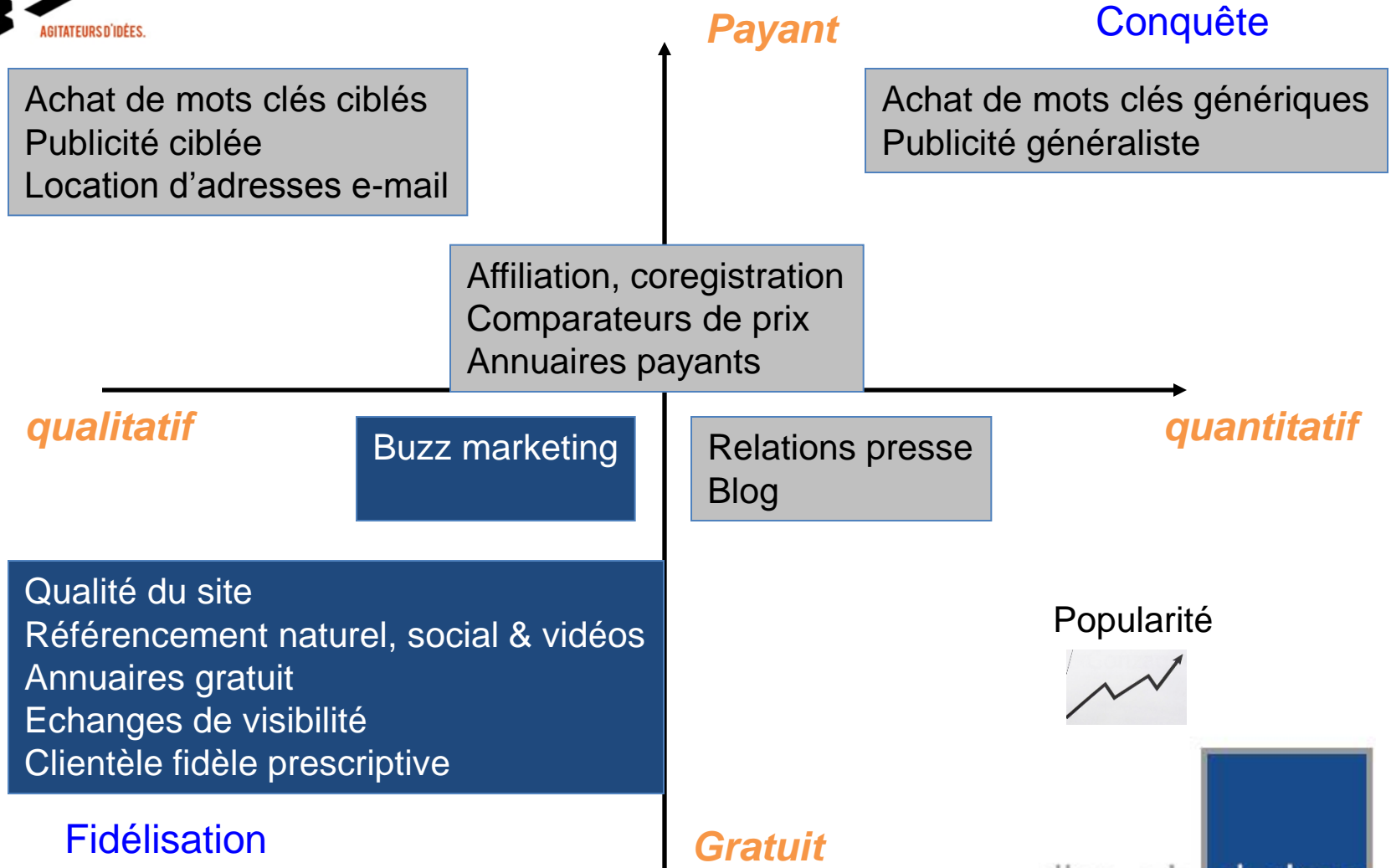


Source: Je CXP

Attirer, recruter, et fidéliser les clients



Savoir se promouvoir



Optimiser ses ventes



Créer des événements en permanence !

En fonction du calendrier scolaire, jours fériés, fêtes, saison, événements médiatiques, culturels, ... ou même fictifs



Mette en place une stratégie commerciale

Réduction de prix, prime liée à l'achat, Offre par lot, jeux et concours
Actions : teasing, emailing, autopromotions sur le site



Segmenter sa base abonné, membres ou clients



Valoriser l'Emailing

élément incontournable de la relation client vs site marchand

Saisir les opportunités de développement

Comparateur de prix gratuit - Google shopping

Google Recherche instantanée activée ▼

14 résultats (0,18 secondes) [Recherche avancée](#)

Tout
Images
Vidéos
Actualités
Shopping
Plus

Afficher uniquement
 Livraison gratuite
 Articles neufs

Tous les prix
200€ - 400€

200 € à
400 €

Tous les marchands
Direct-d-sign











Outils par défaut

200€ - 400€ Direct-d-sign

Trier par : Prix (ordre décroissant)

Luminaire Artemide
Luminaire Design avec Artemide 5% de remise, En Stock...
nostraforma.com/Artemide

Lampesdirect.fr
Lampesdirect: Votre fournisseur. Commandez de la qualité et pas cher
www.lampesdirect.fr

				
Heliod - lampe de table par lumen center italia 365,00€ Direct-d-sign	Neptune - lampe à poser 360,00€ Direct-d-sign	Neptune - suspension 360,00€ Direct-d-sign	Blocks - mobilier lumineux 359,00€ Direct-d-sign	Panda - mobilier lumineux 359,00€ Direct-d-sign
				
Opus table 349,00€ Direct-d-sign	Second light - petit modèle 300,00€ Direct-d-sign	Dodo - lampe à poser 297,00€ Direct-d-sign	Charlotte - lampe blanche 289,99€ Direct-d-sign	Basic out - lampe à poser d'extérieur 240,00€ Direct-d-sign

Saisir les opportunités de développement

Social shopping

Développement d'application tiers permettant l'achat via Facebook

The screenshot shows a Facebook page for 'Décoration Stickers.com'. The page features a navigation bar with 'Mur', 'Infos', 'Store', and 'Photos'. The main content area is titled 'Stickers muraux & stickers déco' and displays a grid of products. Each product includes an image, a title, a price in EUR, and a 'Voir l'offre' button. The products shown are:

- Sticker Léo sur une liane: 60,00 € EUR
- Sticker Balançoire fille: 70,00 € EUR
- Sticker Canard et canetons: 35,00 € EUR

Below the grid, there are three small images showing the stickers applied to a wall in a room setting. On the left side of the page, there is a sidebar with 'Informations' (created in March 2009) and a list of people who like the page.

Saisir les opportunités de développement

M-commerce

15,5 millions d'internautes surfent avec un smartphone



QuickTime™ et un
décompresseur
sont requis pour visionner cette image.

Saisir les opportunités de développement

Les applications



7 milliards de téléchargements
sur l'App Store



Saisir les opportunités de développement

La réalité augmentée



Conclusion

Logique ROISTE au centre du business model



=> J'observe le marché



=> Je teste le maximum d'opération

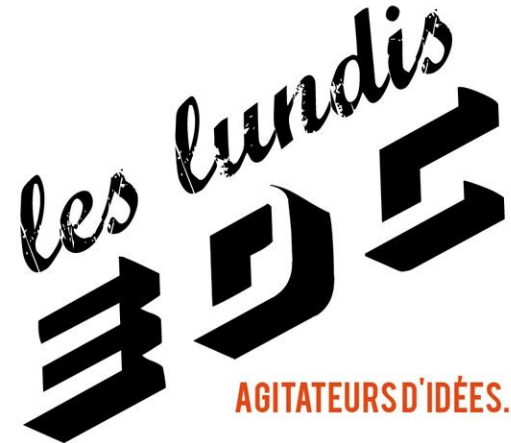


=> Je mesure les retours sur le site

Taux de rebond, nb de visites, taux de clics, nb des ventes, CA, panier moyen,...



=> J'abandonne l'opé ou optimise ses résultats



Merci et à très bientôt !
RDV lundi 2 mai prochain...

DELEGUEE GENERALE - FORCE EDC:

Claude BOISMORAND

Mail: claude.boismorand@edcparis.edu

ANIMATEURS - LUNDIS EDC:

Eric HUERTAS (MI 2008)

Mail: eric.huertas@pumpup.fr

Josselin LEBORGNE (MKG 2008)

Mail: josselin.leborgne@pumpup.fr

INTERVENANT:

Arthur COURTHEOUX (ENT 2007)

Port: 0662458219

Mail: arthur@direct-d-sign.com