

## Les sites de Vente Par Correspondance

Mounir Bentaybi  
Joan Foulex  
Aziz Joumady

## Introduction

- VPC classique → vente en ligne
- Types de site
  - kiosque : simple et statique
  - boutique : préfabriquée et dynamique
  - grand magasin : fonctionnalités illimitées

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Plan

- I/ Les différents types de VPC
- II/ Mise en œuvre
- III/ Succès de la VPC

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Plan

- I/ Les différents types de VPC
  - Les 2 grandes familles
  - Les types de services
- II/ Mise en œuvre
- III/ Succès de la VPC

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Les 2 grandes familles

- Pure player
  - entreprise dont l'activité se déroule exclusivement sur le Net
  - *amazon.com, cddiscount.fr*
- Click and mortar
  - entreprise traditionnelle qui a aussi des activités Internet
  - 2 stratégies :
    - marque unique
    - marques individuelles
  - *darty.fr, ooshop.fr*

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Les types de services

- Classique : *fnac.fr*
- Cybermarché : *intermarche-seyssins.fr*
- Comparateur : *kelkoo.fr*
- Achats groupés : *clust.com*
- Enchères (occasionnellement) : *ebay.fr*

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Plan

- I / Les différents types de VPC
- II / Mise en œuvre
  - Informatique
  - Livraison
  - Paiement
- III / Succès de la VPC

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Mise en œuvre : Informatique

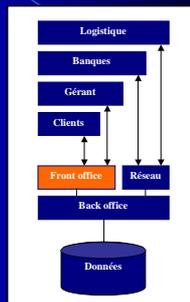
- Front office (interface)
- Back office (traitement)
  - galerie marchande

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Front office

- Partie publique du site
- Prise de commande
- Production de données pour le back office

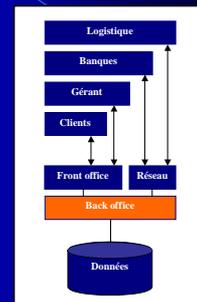


31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Back office

- Mécanismes de gestion du site
- Traitements : identification, tarifs, transaction bancaire, sécurité, etc.
- Galerie marchande

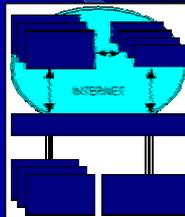


31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Galerie marchande

- Rassemblement de magasins virtuels
- Back-office fourni et commun
- Notification de commande
- Fournie par de grands opérateurs



31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Mise en œuvre : Livraison

- Stockage
  - pure player : entrepôt dédié uniquement
  - click & mortar, 2 choix possibles :
    - entrepôt dédié
    - magasin
- Couverture géographique : globale → ciblée (loi des 20 / 80)

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

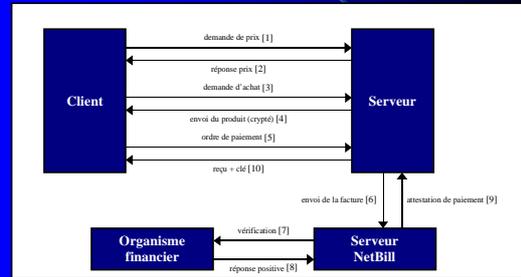
## Mise en œuvre : Paiement

- Double héritage :
  - VPC classique ⇒ législation
  - sécurité logicielle ⇒ transfert de données
- 3 concepts essentiels :
  - confidentialité (cryptage)
  - authentification (signature électronique)
  - certification (tiers de confiance)

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Application : NetBill



31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Plan

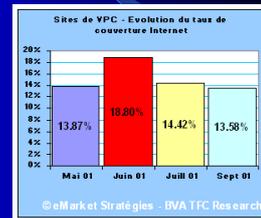
- I / Les différents types de VPC
- II / Mise en œuvre
- III / Succès de la VPC
  - Mesure
  - Raisons
  - Avenir

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Mesure du succès

- Une part importante du Net
- Grand chiffre d'affaires (100 MMS)
- Beaucoup de satisfaction (73 %)
- ★ Défaillance de sécurité
- ★ Peu de fiabilité lors de la commande



31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Raisons du succès

- Augmentation du nombre d'internautes
- Publicité
- Site ergonomique et fiable
- Services de qualité

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## Avenir de la VPC en ligne

- Dépassement de la VPC classique (court terme)
- Prédominance des Click & mortar
- Personnalisation (produits, services, sites)

31 Janvier 2002

Les sites de Vente Par Correspondance

## *Conclusion*

- Succès certain de la VPC
- VPC représentative de la nouvelle économie