**Comment faire adopter le e-commerce par les commerçants lambda et ceux n’ayant pas eu la chance d’être scolarisés ?**

Le développement des TIC avec notamment l’explosion de la téléphonie mobile couplée au développement de l’internet a ouvert la porte à une panoplie d’innovations technologique. Au nombre de ces innovations, on compte le Commerce Electronique encore appelé e-commerce. Une innovation qui a apporté un changement dans les manières tradionnelles de vente et d’achat de biens et services. Outre les multiples avantages qu’il procure à ses utilisateurs notamment vendeurs et acheteurs (vendeurs, de par l’accroissement de la visibilité de leur activité, augmentation du chiffre d’affaire etc. ; acheteurs, de par les gains en terme de coûts de transactions etc.), le e-commerce augure d’un avenir très prometteur et ceci pour plusieurs raisons dont le développement continuel de la technologie, la prise de conscience de plus en plus croissante de ses avantages par beaucoup de personne. Cependant, les observations révèlent que seule une catégorie distinguée d’utilisateurs ont adopté le e-commerce, du côté des vendeurs, il n’est pas rare de remarquer que ce sont de grands magasin de commerce avec un standard très élevé qui ont opté pour le e-commerce ; du côté des acheteurs, il n’est pas n’ont plus rare de remarquer que c’est beaucoup plus la classe moyenne de la population avec un niveau d’instruction assez élevé qui l’a adopté. Il ressort que seule une catégorie bien distinguée de personnes avec au moins un niveau d’instruction moyen qui profite des avantages du e-commerce. Mais quand en est-il de la masse qui regorge de personnes non-scolarisées notamment les commerçants lambda, ceux du secteur informel ? Le constat est que cette masse de la population que constitue les commerçants lambda et les non scolarisés sont en marge de cette innovation technologie. **A cet effet**, **comment faire adopter alors le e-commerce par les commerçants lambda et ceux n’ayant pas eu la chance d’être scolarisés ?** Dans les lignes à venir, nous allons nous atteler dans un premier temps à faire le diagnostic afin d’identifier les raisons qui justifient cet état des choses et dans un second temps, nous exposerons concrètement ce qu’il faut faire pour réussir à faire adopter le e-commerce par les commerçants lambda et les non scolarisés.

**Diagnostic.**

Les raisons qui pourraient expliquer la non-adoption du e-commerce par les commerçants lambda et les non-scolarisés.

On peut regrouper en trois (03) catégories les raisons qui pourraient expliquer cet état des choses. Il y a l’**Education**, la **Technologie** et la **Délivrance des Services**.

L’**Education** regroupe les problèmes d’analphabétisme, d’ignorance et de méfiance. En ce qui concerne l’analphabétisme, les commerçants lambda sont pour la majorité des personnes non instruites et donc non-scolarisées, ce qui fait qu’ils ont du mal à s’approprier les technologies sophistiquées. De plus, la majorité d’entre eux non pas une véritable sinon aucune connaissance du e-commerce et de ses avantages pour leur activité. Ils ne savent pas qu’avec un téléphone portable et une connexion internet ils peuvent rentabiliser davantage leur activité. Pour ceux d’entre eux qui ont l’information, ils sont plus animés par un esprit de méfiance vis-à-vis de tout ce qui a rapport aux TIC et ceci à cause des risque d’arnaque via internet, la protection et la sécurisation de leurs données personnelles, les risques de reproduction illégale des articles et oeuvres pour le cas des artisans spécialiste d’oeuvres manuelles comme les couturiers, les menuisiers, les coiffeurs (ses), ébénistes etc.

En ce qui concerne la **Technologie,** il s’agit essentiellement de l’inexistence de plateforme de transactions adapté aux réalités et à la catégorie personne que constitue les commerçants lambda et les non-scolarisés. En parlant de plateformes de transactions, il s’agit des Applications Mobiles de e-commerce spécialement conçues pour cette catégorie de commerçant. L’analphabétisme des commerçants lambda a pour conséquence sur ces derniers, des difficultés d’appropriation facile des technologies qui se présentent à leur conscience comme étant « sophistiquées » et donc toute Application Mobile qui nécessite une série de protocole avant toute utilisation se présente comme supérieur à leur niveau. Ce sont des gens qui sont plus orientés vers des technologies simples, et très commodes d’utilisation avec quelques petites minutes.

La **Délivrance des Services** renvoi essentiellement aux Modes de paiement, aux Modes de délivrance des ventes etc. L’un des problèmes qui freine l’adoption du e-commerce par les commerçant lambda et les non-scolarisés et la méfiance vis-à-vis des paiements en ligne par les clients de peur d’être arnaqués. Outre ce problème, il y a aussi la méfiance vis-à-vis des systèmes de livraison des articles aux acheteurs de peur de voir les marchandises ou les commandes des acheteurs détournées ou volées. Et donc, à ce niveau également se pose un véritable problème de méfiance qu’il faille dissiper et qu’il faille encadrer par le développement des propositions de Délivrance des Services adaptées à la catégorie de commerçant que ces personnes constituent.

Voilà un peu présenter les problèmes qui pourraient expliquer la non-adoption du e-commerce par les commerçants lambda et les non scolarisés. Mais, comment faire adopter le e-commerce à cette catégorie de personne ? Voici des propositions de solution pour résoudre les différents problèmes énumérés précédemment afin de développer des Services de e-commerce adaptés aux commerçants lambda et les non-scolarisés.

**Que faut-il faire ? Solutions Proposées.**

Pour réussir à faire adopter le e-commerce par les commerçants lambda et ceux n’ayant pas eu la chance d’être scolarisés, il faudra essentiellement travailler sur trois (03) aspects que sont : la **Technologie** (la plateforme), la **Délivrance des Services** (modes de paiement, mode de livraisons) et l’**Education** (la sensibilisation et la formation).

**La Technologie : de quoi s’agit-il et que faut-il faire ?**

Il s’agit de la nature ou du type des plateformes qui vont servir de base au e-commerce. Etant donné que nous sommes avec des commerçants lambda et des non scolarisés, **l’option de e-commerce par Applications Mobiles est la meilleure**. Il s’agira donc de développer des **plateformes purement mobiles** en tout cas pour les commerçants et leurs clients qui auront à utiliser ces plateformes. La réussite de l’adoption de ces

applications mobiles par la catégorie de commerçant ciblé passe avant tout par leur architecture et leur facilité d’utilisation. **Concrètement, comment doivent se présenter ces applications mobiles ?**

Il s’agira de développer des plateformes mobiles avant tout accessible même avec une connexion internet 2G. La recommandation est de s’inspirer de l’application mobile Facebook Messenger qui s’ouvre et qui offre une utilisation confortable même avec la plus basse fréquence de connexion internet possible. Le travail à faire consistera à développer de bonnes plateformes mobiles offrant des rendus de bonnes qualités même en présence de la plus basse fréquence de connexion possible. L’idéal serait même de développer des plateformes mobiles accessibles sur le service « **Free Basic de Facebook** ». Une telle stratégie donnera une croissance continue au nombre d’utilisations (commerçants et clients) de ces plateformes.

Ensuite, il s’agira de bien penser à l’architecture des plateformes mobiles notamment des interfaces utilisateurs pour qu’elles soient accessibles et faciles d’utilisations à cette catégorie de commerçant. Le travail à faire à ce niveau consistera à s’assurer d’une belle et facile expérience d’utilisateurs (UX) avec des interfaces d’utilisateurs (UI) bien adaptées aux réalités et au style de la catégorie de ces commerçants lambda et non scolarisés. N’oublions pas que cette catégorie de commerçant a de difficulté à s’approprier des technologies complexe alors il faudra développer des plateformes qui offrent des interfaces d’utilisateurs (UI) très simples et bien adaptées pour des expériences d’utilisateurs (UX) qui seront du goût des commerçants et même des clients. Il s’agira d’être créatif en associant des design de qualité à la simplicité.

Enfin, pour l’aspect Technologique, il s’agira d’opter pour des algorithmes de gestion automatique des plateformes. Le travail à faire consistera à développer des plateformes à au moins 80% de type automatisers de sorte à automatiser les tâches à exécuter sur les plateformes pour qu’au final les actions à mener par les commerçants sur les plateformes dépassent pas l’inscription sur les plateformes après téléchargement des App Mobile, la mise en ligne des articles pour publication, la consultation des commandes et la consultation des historiques de commandes et de paiements en ligne

et hors ligne. Outre l’automatisation, la recommandation est d’avoir des plateformes qui :

 Offrent des processus très simplifiés d’inscription aux commerçants sans avoir à fournir une panoplie d’information. Juste cinq (05) données fournies notamment le **nom du commerçant** ; le **numéro de téléphone du commerçant** ; le **numéro mobile money du commerçant** ; le **numéro de la pièce d’identité nationale du commerçant** ; la **localisation géographique de la boutique ou du hangar de vente** seront indispensable pour l’ouverture d’une boutique en ligne.

 Disposent d’algorithmes dédiés à la gestion des publications d’articles notamment la gestion automatique des délais de publications des articles ; d’algorithmes dédiés à la surveillance de prise de bonne photo pour faciliter aux commerçants la prise de photo des articles à publier de sorte que ces photos respectent un standard uniforme et bien définit. L’idée est d’avoir un algorithme qui se positionne comme un guide d’assistance aux commerçants lorsque ceux-ci ont des photos prendre et à publier. Ceci suppose que les plateformes offriront des possibilités de prise de vu directement desdites plateformes ; d’algorithmes dédiés à la protection des publications des articles des artisans (les photos de modèles de couture, de coiffure ; oeuvres d’art…) de sorte à empêcher les possibilités de téléchargement ou de copiage des images de ces oeuvres sans avoir au préalable payé les droits d’auteurs. Pour cet aspect de la protection des publications des artisans, le travail va consister à développer des systèmes qui d’une part offrent juste un aperçu en plan unique pour visualisation et qui d’autre part n’offrent pas d’option de téléchargement ni de mis en boite de favoris des images des articles d’artisans. Le téléchargement ou la mise en favoris des images de ces catégories d’articles sera uniquement conditionné au paiement des droits d’auteurs au préalable et il s’agira d’un paiement qui donne droit à des téléchargements en plusieurs plans de l’article. (Cette protection sera uniquement valable aux articles dont les propriétaires en sont les créateurs et les droits seront reversés aux créateurs).

**La Délivrance des Services : de quoi s’agit-il et que faut-il faire ?**

Il s’agit à ce niveau de définir des systèmes paiement et de livraisons des commandes bien adaptés aux réalités des commerçants lambda et qui dissipent par la même occasion les méfiances desdits commerçants. Le travail se fera à deux niveaux que sont les modes de paiement des commandes par les clients et les modes de livraisons des commandes par les commerçants.

Pour ce qui est des modes de paiement, il s’agira d’instaurer deux types de paiement : le paiement en ligne lors de la commande de type « **Pay on line** » et le paiement à la livraison de type « **Cash on delivery** ». Pour ces deux types de paiement, la possibilité sera accordée aux clients de choisir le type qui lui convient.

Pour ce qui est des modes de livraison, il s’agira d’instaurer également deux types de livraison : la livraison à domicile de type « **Réception à Domicile** » et la livraison en boutique, qui va consister à faire déplacer le client vers le commerçant, de type « **Réception en Boutique** ». Mais l’accent devra être plus mis sur la livraison de type « **Réception en Boutique** » pour dissiper les craintes des deux parties à savoir commerçant et vendeur.

A tout ceci, il est important d’ajouter des Mesures d’incitation des commerçants à l’adoption des plateformes. Ces mesures passeront d’une part, par la pratique de prix d’abonnement aux boutiques en ligne très bas. Par exemple, la publication d’un article pour 24h sera facturée à 15 FCFA. D’autre part, la vente des images et photos d’articles artisanaux tels que les coiffures, les modèles de couture, les oeuvres de menuiserie… dont les montants seront automatiquement versés aux auteurs de ces ouvres.

**L’Education : de quoi s’agit-il et que faut-il faire ?**

Il s’agira d’abord, de sensibiliser cette catégorie de commerçant sur ce qu’est le e-commerce en mettant en avant les avantages qu’ils ont à l’adopter, présenter et expliquer aux commerçants les mesures qui sécurisent leur transactions sur les plateformes de e-commerce. Ensuite, il s’agira de former ces commerçants à l’utilisation de ces plateformes. Enfin, tout ceci doit se faire dans un style vraiment simple de compréhension avec des opérations de test et des langages bien accessibles aux commerçants.

En résumé, pour réussir à faire adopter le e-commerce par les commerçants lambda et les non scolarisés, il faudra essentiellement travailler d’abord, à développer des plateformes mobiles offrant des interfaces d’utilisateurs (UI) adaptées aux réalités et au niveau intellectuel de cette catégorie de commerçant afin qu’ils aient des expériences d’utilisateurs (UX) bien simplifiées, donc la Technologie ; ensuite, à penser à développer une relation client bien claire et qui dissipe les doutes et méfiances des commerçants, et donc la Délivrance des Services ; enfin, il faudra s’atteler à sensibiliser et à former les commerçants pour leur donner une Education conséquente sur le sujet.