

Question 1.

Cette question s'articule en deux volets distincts.

a) Identifiez les influences du macro-environnement qui affectent le e-commerce.

Les éléments suivants sont inspirés du modèle PESTEL.

* Politique : (Etat central, régions, départements, communes)	Le gouvernement soutient le développement de l'économie numérique : ⇒ Encouragement de la concurrence (incite la création d'entreprise dans le secteur numérique) ⇒ Développement des technologies (aides pour le haut débit, téléphonie mobile...) ⇒ Plans en faveur des PME et des diffusions de nouvelles technologies (aides à l'équipement, crédit d'impôts, dons d'ordinateurs...)
* Economique :	<ul style="list-style-type: none">- OFFRE<ul style="list-style-type: none">• Augmentation du nombre de sites (22000 en 2006 à 64 100 en 2009 –page 7 -)• Améliorer la notoriété des marques• Chiffre d'affaires (montant des ventes) +25% en 2009- DEMANDE<ul style="list-style-type: none">* amélioration du pouvoir d'achat (quantité de bien qu'il est possible d'acheter avec un certain niveau de revenu)- Transfert des commandes courrier et téléphone (-20 points) vers l'internet (+20 points de 2006 à 2009)- Une augmentation du panier moyen passé de 88 euros en 2006 à 91 euros en 2007- PRIX<ul style="list-style-type: none">* baisse des prix (logique de solderie permanente) <p>MARCHE :</p> <ul style="list-style-type: none">- En croissance +31% par an⇒ CREATION EMPLOI<ul style="list-style-type: none">• 80 000 emplois en 2009• Emplois directs (créateurs de sites et animateurs) et emplois indirects (logistique)
* Socioculturel :	<ul style="list-style-type: none">- Diversité de la population touchée (78% des français qui achètent à distance) – page 7⇒ Population féminine : cyberacheteuses⇒ La part des +50 ans progresse⇒ Toutes les catégories sociales y compris les catégories les moins favorisées⇒ Banalisation de l'usage de l'outil internet (réduction de la fracture numérique).
* Technologique :	<ul style="list-style-type: none">- Développement des technologies de très haut débit, 3G, téléphonie mobile...- Meilleur équipement des foyers- Nouveaux outils : miniaturisation,- Réduction des prix

* Ecologique :	800 000 tonnes équivalent CO2
* Légal :	⇒ Loi sur la confiance du 22 juin 2004

Facteurs Clés de Succès :

- Forte notoriété locale
- Proximité des clients
- L'offre proposée est performante pour les solutions applicative et d'hébergement
- La capacité d'anticipation

Les facteurs-clés de succès : (atouts que possèdent une entreprise pour se maintenir – pérennité- ou se développer sur un marché)

- ⇒ Offre réalisée par WEB PERF : une expertise dans les domaines des solutions applicatives et d'hébergement ainsi que les solutions marketing,
- ⇒ Notoriété locale, entreprise proche de ses clients,
- ⇒ Diversification des risques puisque travaillant avec plusieurs PME,
- ⇒ Capacité à faire des offres personnalisées,
- ⇒ Tarifs compétitifs, maîtrise des coûts

QUESTION 2

<p>FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Notoriété locale, entreprise proche de ses clients, ⇒ Diversification des risques puisque travaillant avec plusieurs PME, ⇒ Capacité à faire des offres personnalisées, <p>Tarifs compétitifs, maîtrise des coûts</p> <p>(Ces forces peuvent constituer les FCS – facteurs clés de succès)</p>	<p>OPPORTUNITES</p> <ul style="list-style-type: none"> - La croissance du marché (augmentation du nombre de cyberacheteurs) - Possibilités d’alliances (effet de synergie) <ul style="list-style-type: none"> *fusion $(A+B) = C$ * absorption $A B \Rightarrow A$ * prise de participation (A achète une part de capital de B – éventuellement inversement – participations croisées) * GIE (Groupement d’Intérêt Economique) mise en commun de moyens sur un projet - Développement encouragé par la puissance publique
<p>FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • L’offre des applications marketing est limitée ou absente • Retard par rapport à l’Open Source (?) • Difficulté de recrutement ou de fidélisation des salariés (lié à la taille de l’entreprise) 	<p>MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • La concurrence croissante dans le domaine attirée par le profit risque d’avoir des conséquences sur la rentabilité, • Environnement instable • Nouveaux entrants

-
- Augmenter la taille de l’entreprise
 - Recrutement, investir dans les locaux =>CROISSANCE INTERNE
 - Avantage : l’entreprise demeure autonome
 - Limite : augmentation du risque, coût élevé
 - Partenariat possible qui peut prendre différentes formes
 - Fusions : $A + B = C$
 - Absorptions : une entreprise achetée par une autre : $A + B = A$
 - Prises de participation : une entreprise achète une part de capital d’une autre entreprise, participations croisées possibles
 - GIE : Groupements d’intérêts économiques => des entreprises créent une structure pour gérer un projet.
 - Sous-traiter : passer un contrat d’entreprise avec une société spécialisée
-
- Rendre les salariés polyvalents grâce à des actions de formation .

STRATEGIES POSSIBLES

- ⇒ **STRATEGIE D'ALLIANCE** : Croissance externe (fusion, absorption, prise de participation...)
- ⇒ **Ouvrir un nouveau service (de développement marketing) : mieux barrer la route aux nouveaux entrants (barrières à l'entrée) : CROISSANCE INTERNE** (investissement donc CAPITAL + recrutements donc TRAVAIL...)
- ⇒ **EXTERNALISER** certaines tâches peuvent être confiées à des sociétés extérieures (prestataires de service)
- ⇒
- ⇒
- ⇒

b) Déduisez-en les facteurs clés de succès.

Les facteurs clés de succès sont les éléments de l'environnement dont la maîtrise permet de surpasser la

concurrence. On peut envisager les FCS pour différents types d'acteurs de l'e-commerce. En ce qui concerne les

offreurs de solutions de e-commerce :

- la proximité avec l'e-commerçant apparaît comme un atout distinctif : elle permet d'être à son écoute, de

percevoir pleinement ses besoins, et favorise la communication ;

- l'expertise dans les trois solutions est nécessaire déterminante : solutions applicatives + solutions d'hébergement

+ solutions marketing. Cette expertise dans les trois solutions permet d'avoir une approche globale des projets à développer ;

- la capacité d'anticipation est enfin le troisième FCS : elle nécessite une veille technologique quotidienne et une très