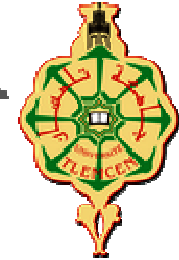


جامعة أبو بكر بلقايد

UNIVERSITÉ DE TLEMCEEN



Département d'Informatique

3^{ème} année licence (L3)

Économie numérique & Veille stratégique

Mme Asma HAMITOU née MEHIAOUI

Asma.mehiaoui.hamitou@gmail.com

Année universitaire: 2020 - 2021


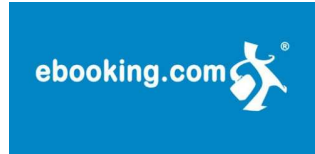
Introduction générale

- **Objectifs du cours:**

- Étudier les concepts et les méthodes nécessaires à la compréhension du fonctionnement des marchés numériques.
- Aborder les outils informatiques utilisés pour la collecte, l'analyse et l'exploitation de l'information dans les choix stratégiques des entreprises.
- **Comprendre les jeux stratégiques appliqués dans le secteur numérique.**

Introduction à l'économie numérique

Introduction :

- La révolution numérique, une réalité dans tous les secteurs de l'économie.
- Le numérique a modifié les manières de produire, d'échanger et de consommer.
- Internet, un canal de communication et de vente incontournable.
- **Exemple:** tourisme.  
- Impossible d'échapper aux services de : Google, Facebook ou Apple pour communiquer, rechercher de l'information ou commander des produits.

Introduction :

- Donc, l'ensemble de l'économie est désormais convertie au « **numérique** ».
- Comment le numérique a transformé les marchés et les organisations, mais aussi l'espace et la société.
- Quels sont les effets de ces transformations numériques sur la concurrence, l'innovation, l'emploi, la croissance économique, le commerce international, le bien-être des individus, etc. ?

Définition:

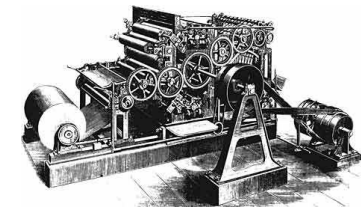
- **Économie** : les activités de production, de distribution et de consommation des richesses et des biens dans une société.
- **Numérique** : les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) + l'ensemble des techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations.
- **L'ensemble des activités économiques créatrices de valeurs et d'emplois et relatives aux TIC (production et à la vente de biens, de services et de contenus numériques).**

Historique (processus d'innovation):

Écriture Mésopotamie (-5300).



Imprimerie moderne en Europe (1451).



Téléphone en Europe (1863).



1 er ordinateur aux Etats-Unis (1940).



Internet aux Etats-Unis (1969), auprès du grand public (1986).

Web (1991), **Web 2.0** web social (2000).



Processus d'innovation

➡ Modification des couches du système économique.

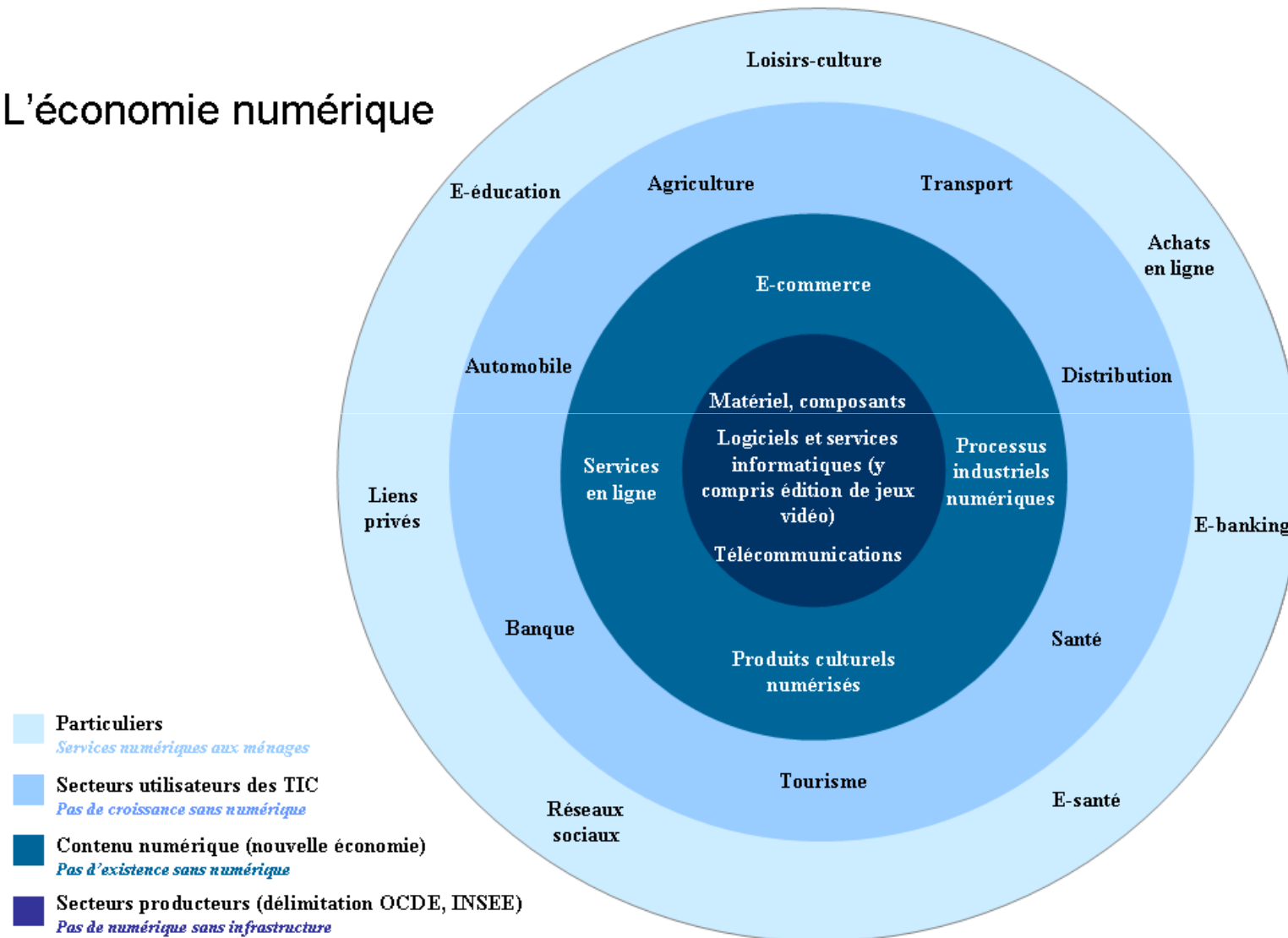
- Commerce.
- Consommation.
- Organisation des entreprises.
- Multiplication des services (Uber).

➡ Modification des couches de la société.

Nouvelle économie (années 90) => économie de l'information et du savoir => économie numérique.

Les acteurs de l'économie numérique:

L'économie numérique



Commerce électronique (e-commerce) :

- Processus d'achat ou de vente de produits ou de services sur Internet.
- Rapidité et facilité d'utilisation offertes aux clients.

Types du commerce électronique :

- **Business to Consumer (B2C):** le commerce électronique de détail désignant la vente en ligne de biens et de services aux consommateurs.
- **Business to business (B2B):** le commerce électronique interentreprises se rapporte à la vente en ligne de produits, de services ou de renseignements d'une entreprise à une autre.

Enjeux du e-commerce :

- Circuit traditionnel (face-à-face) VS e-commerce ?
 - Stratégies d'intégration du e-commerce.
 - Principes à respecter et facteurs clés de succès.
 - Avantages et les inconvénients du e-commerce pour l'entreprise et ses clients.

Stratégies d'intégration du e-commerce:

- **Clic & Mortar:** combinaison internet et commerce traditionnel.
- **Vitrine commerciale:** catalogue en ligne.
- **Boutique (site marchand):** site commercial privé pour la vente en ligne intégrant une solution de paiement.
- **Galerie en ligne:** centre commercial virtuel. Plusieurs entreprises non concurrentes. Zone de chalandise et frais d'accès au réseau intéressants.
- **Plateforme télécommerce (e-comptoir):** système en faveur des très petites entreprises (droit d'entrée + commission sur les ventes).

Principes à considérer pour le e-commerce:

- **Unicité du produit:** apporter un avantage distinctif complémentaire.
- **Produit dématérialisable:** l'édition, l'information, la musique, la vidéo, le tourisme, les voyages, les loisirs, les réservations, les ventes aux enchères...
- **Investissement suffisant et continu en promotion.**

Facteurs clés de réussite :

- **Catalogue complet:** encourager la clientèle à revenir.
- **Rassurer les clients:** informations confidentielles et système de paiement sécurisé.
- **Site ergonomique:** cyber-acheteur exigeant et pressé.
- **Fidéliser le client:** politique de promotion offensive (réductions sur les nouveautés, prix intéressants, programme de fidélité séduisant...).
- **Publicité en ligne:** bandeaux publicitaires interactifs avec un message claire et attirant.
- **Mobilité permanente:** trouver la qualité, de l'originalité, du choix et de la séduction.

Intérêts du commerce électronique B2C :

- Meilleur service à la clientèle => service permanent.
- Élimination des intermédiaires => Baisse des prix.
- Image de professionnalisme.
- Rayonnement accru (vitrine virtuelle).
- Vente incitative et vente croisée.
- Flexibilité dans l'établissement des prix (soldes).

Intérêts du commerce électronique B2B :

- Automatiser le processus d'achat de fournitures.
- Relation directe avec les fournisseurs de matières premières.
- Vente de produits ou services à de nouveaux fournisseurs.
- Meilleure exploitation de la présence Web (clientèle d'affaires).

Inconvénients du commerce électronique:

- L'incertitude et le manque de confiance autour de la sécurisation des moyens de paiement.
- Destruction d'emplois (grossistes, distributeurs) => perte de chiffre d'affaires.
- Le pistage informatique à partir des cookies.
- L'insécurité des paiements et cyber-marchand mal honnête.
- Manque de relation humaines.
- Manque de contact avec le produit.
- Délais et tarifs de livraison, coûts des appels téléphoniques et difficultés de recours.

Contrat électronique (e-commerce):

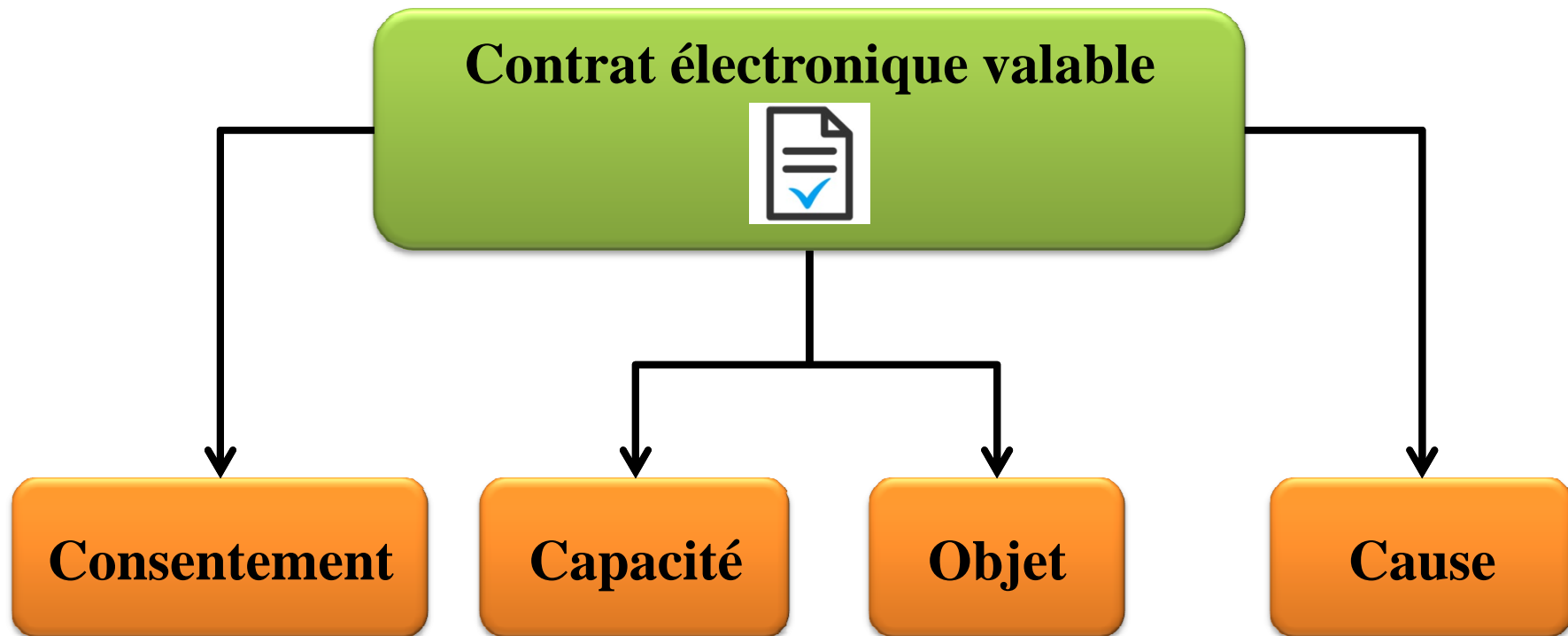
- Offre commerciale en ligne => Contrat électronique.
- **Offre:** une proposition qui comporte tous les éléments du contrat projeté, de telle sorte que l'acceptation suffit à former le contrat.
- **Contrat:** contrat de vente de biens et/ou de prestations de services réalisée à distance dans un univers virtuel.



Les parties du contrat électronique:

- Le vendeur (cyber-marchand ou e-marchand).
- L'acheteur (cyber-acheteur ou cyber-consommateur).

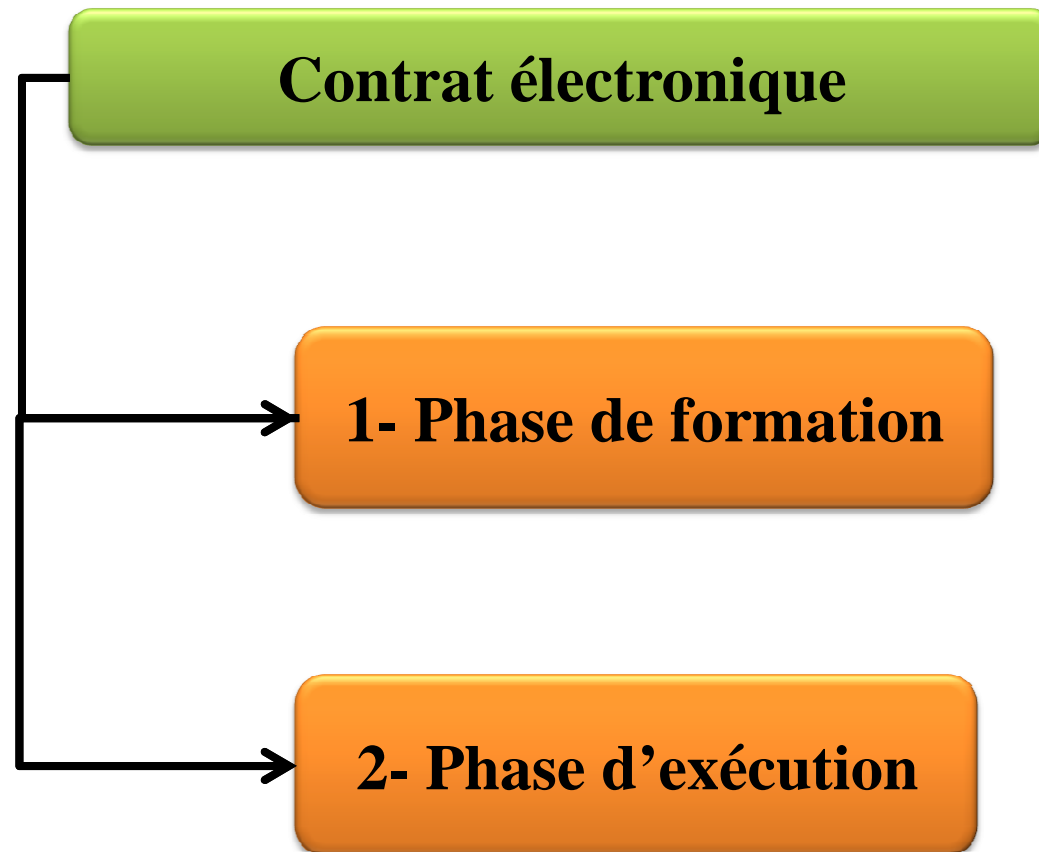
Valabilité du contrat électronique:



Validité du contrat électronique:

- **Consentement:** acceptation de l'offre commerciale par le cyber-acheteur. Confirmation d'une décision d'achat par le double clic.
- **Capacité:** seule peut contracter une personne en pleine capacité.
- **Objet :** prestations indiquées dans le contrat électronique doivent être légales.
- **Cause :** présence d'une raison licite et conforme aux bonnes mœurs.

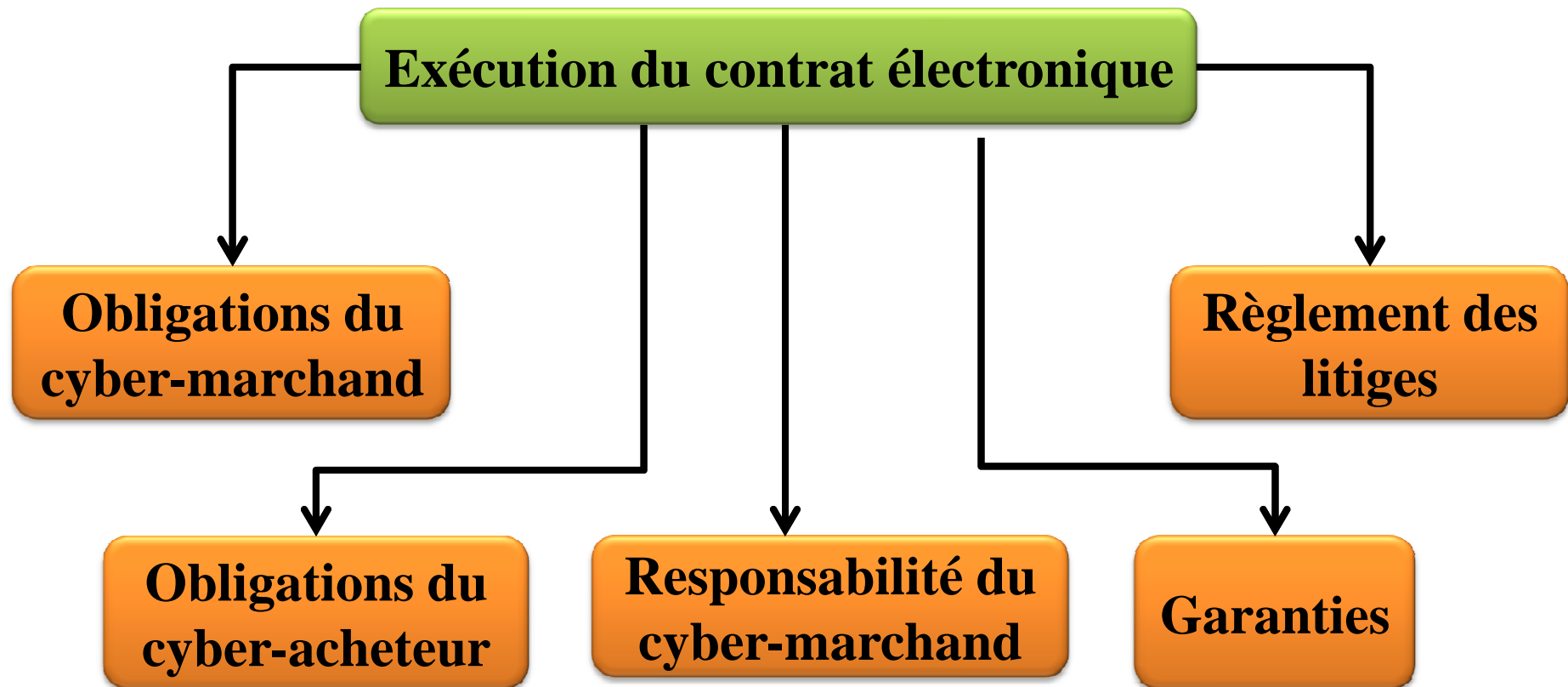
Phases d'un contrat électronique:



La formation d'un contrat électronique:

- **Étape 1 - Les obligations du vendeur:**
mise à disposition des conditions contractuelles de vente en ligne.
- **Étape 2 - La vérification de la commande:**
premier clic avant validation.
- **Étape 3 - La confirmation de la commande:**
deuxième clic exprimant l'acceptation.

L'exécution d'un contrat électronique:



Les obligations du cyber-marchand:

- Offrir un moyen de paiement sécurisé.
- S'engager sur le délai de livraison et la conformité du produit.
- Réparer, remplacer ou rembourser un produit défectueux.
- Informer de l'indisponibilité d'un produit (rembourser ou remplacer).
- Exécuter le contrat en un délai maximale.

Responsabilité du cyber-marchand:

- Porte sur l'exécution des obligations.
- S'exerce de plein droit à l'égard du cyber-consommateur:
 - Biens licites.
 - Respect de la vie privée et Samming non autorisé.
 - Obligation de transparence.
- Exonération si l'inexécution du contrat n'est pas de son fait.

Les obligations du cyber-acheteur:

- **Retirement:** obligation de retirer la commande livrée.
- **Païement:** obligation de payer le prix au jour et lieu prévus dans le contrat de vente.

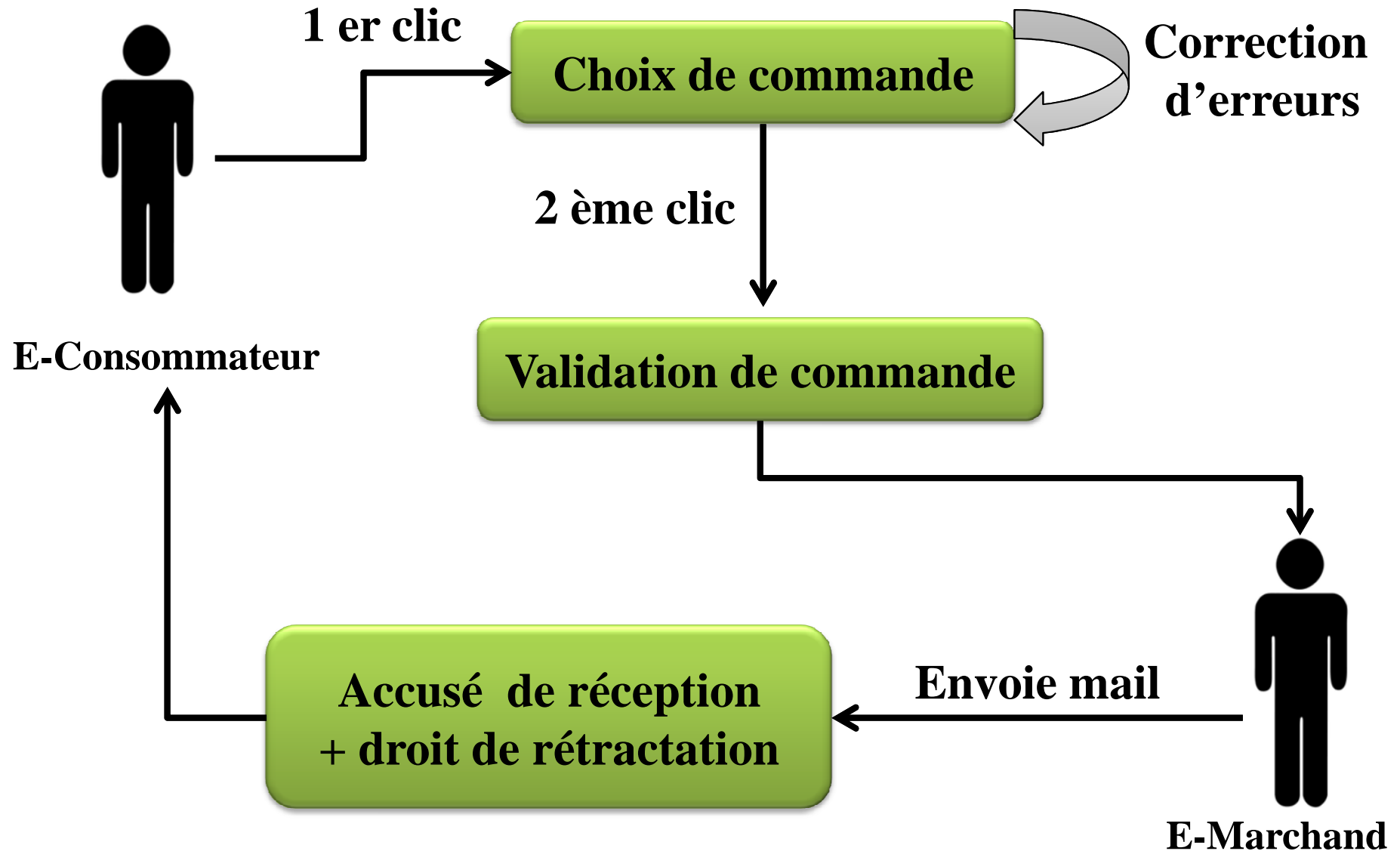
Garanties :

- L'acheteur non professionnel bénéficie de 4 garanties.
- Garantie légale de conformité du bien.
- Garantie légale des vices cachés.
- Garantie d'éviction.
- Garantie contractuelle (supplémentaire) gratuite ou payante.

Règlements des litiges :

- Libre choix de la loi applicable en cas de litige.
- Par défaut, c'est la loi du pays de résidence du consommateur.

Formation du contrat (Résumé):



Signature électronique:

- Un cas particulier d'une signature manuscrite.
- Portant sur un document numérique.
- Dans le commerce en ligne, la signature électronique donne une valeur à tout document de type: contrat, facture, bon de commande, mails, etc.

Signature électronique:

- Signatures manuscrites scannées.
- Signatures manuscrites sur écran tactile.
- Signature numérique ou digitale :
 - Identification digitale (empreinte, voix, rétine,...).
 - Suite de caractères personnels et uniques.
 - Suite d'identifications officielles (certificat)

Composantes de la signature électronique:

- Le signataire.
- Le document porteur de la signature.
- Instrument de signature.
- Le certificat électronique authentifiant le signataire.



A quoi sert la signature électronique ?

- Garantir les propriétés de sécurité suivantes:
 - **Authentification:** la vérification de l'identité de la personne qui a signé les données (l'origine du message, du document ou de la transaction).
 - **Confidentialité et protection de l'intégrité des données:** garantir que le document reçu n'a pas été altéré.
 - **Non-répudiation:** le signataire d'un document prouve son identité. L'expéditeur ne peut nier avoir envoyé le message et le destinataire ne peut nier l'avoir reçu.

Certificat électronique:

- Carte d'identité du monde électronique.
- Délivré par des autorités de certification sous différentes formes.
- Contenu:
 - Nom du porteur de certificat.
 - Date du début de validité.
 - Nom de l'entreprise de confiance.
 - Eventuelle photographie du porteur ou du logo de l'entreprise.
 - Signature de l'autorité de certification.

Certificat électronique:

- Carte d'identité du monde électronique.
- Délivré par des autorités de certification sous différentes formes.
- Contenu:

- Nom du porteur de certificat.
- Date du début de validité.
- Nom de l'entreprise de confiance.
- Eventuelle photographie du porteur ou du logo de l'entreprise.

- Signature de l'autorité de certification.

INFORMATIONS

Certificat électronique:

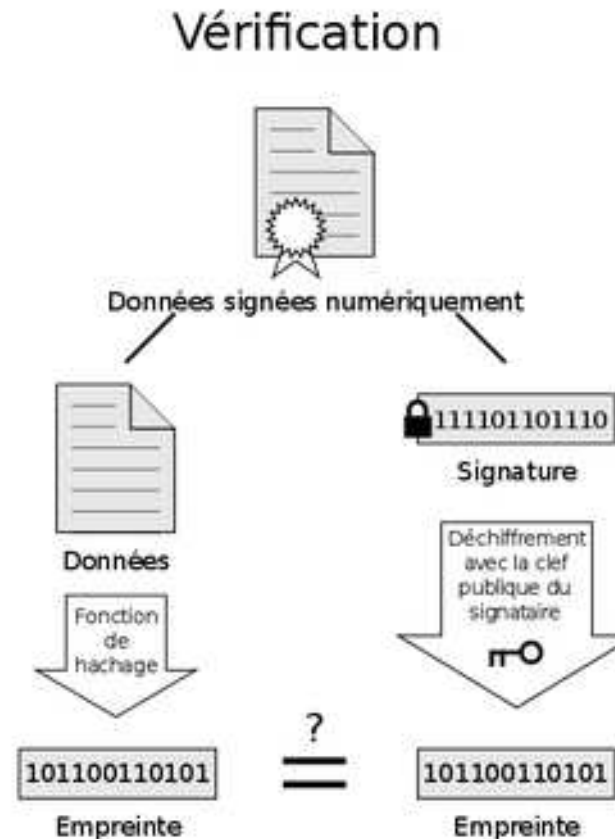
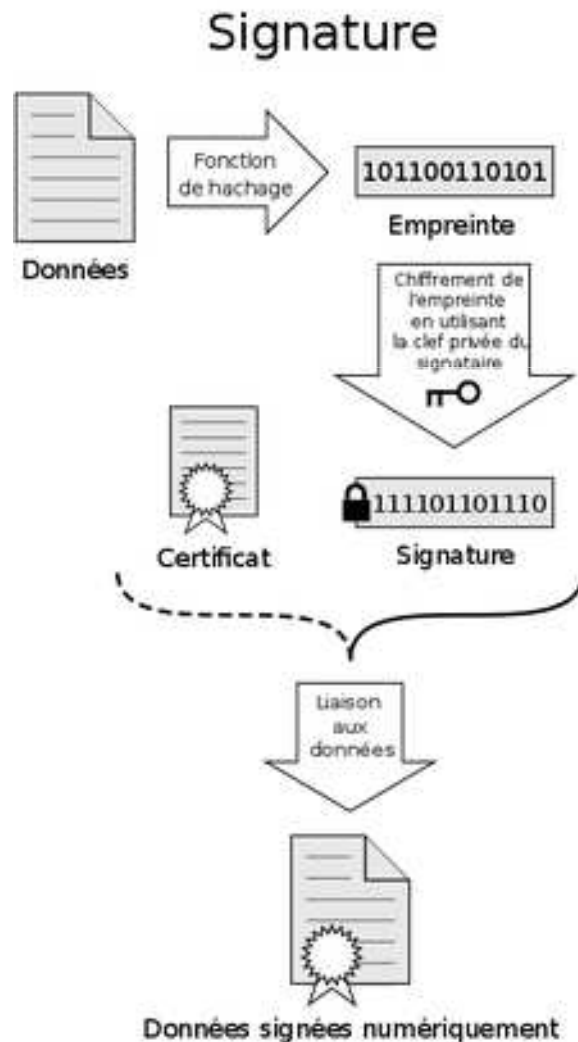
- Carte d'identité du monde électronique.
- Délivré par des autorités de certification sous différentes formes.
- Contenu:

- Nom du porteur de certificat.
- Date du début de validité.
- Nom de l'entreprise de confiance.
- Eventuelle photographie du porteur ou du logo de l'entreprise.

- Signature de l'autorité de certification.

INFORMATIONS

Fonctionnement typique de la signature électronique:



Si les empreintes sont identiques, la signature est valide

Prospection commerciale

Définition :

- La prospection commerciale est l'action de contact interactif avec une cible définie, dans un planning défini, et pour l'atteinte d'un objectif précis.
- Une étape du processus de vente traduisant une volonté de conquérir de nouveaux clients et de nouveaux marchés.

Prospection commerciale

Objectifs :

- Développer la clientèle:
 - Attirer de nouveaux clients potentiels (prospects) et les convaincre à devenir réels.
 - Remplacer et compenser des clients déficients.
 - Réactiver des clients anciens (inactifs) par la communication.
- Augmenter le chiffre d'affaires.
- Gagner des parts de marché.
- Lancer un nouveau produit.



Mise en place d'une prospection

- **Recherche de nouveaux clients =>**
 - Cibler les clients.
 - Définir un plan de prospection.
- **Fidélisation de la clientèle existance =>**
 - Développement et entretien des nouveaux contacts.

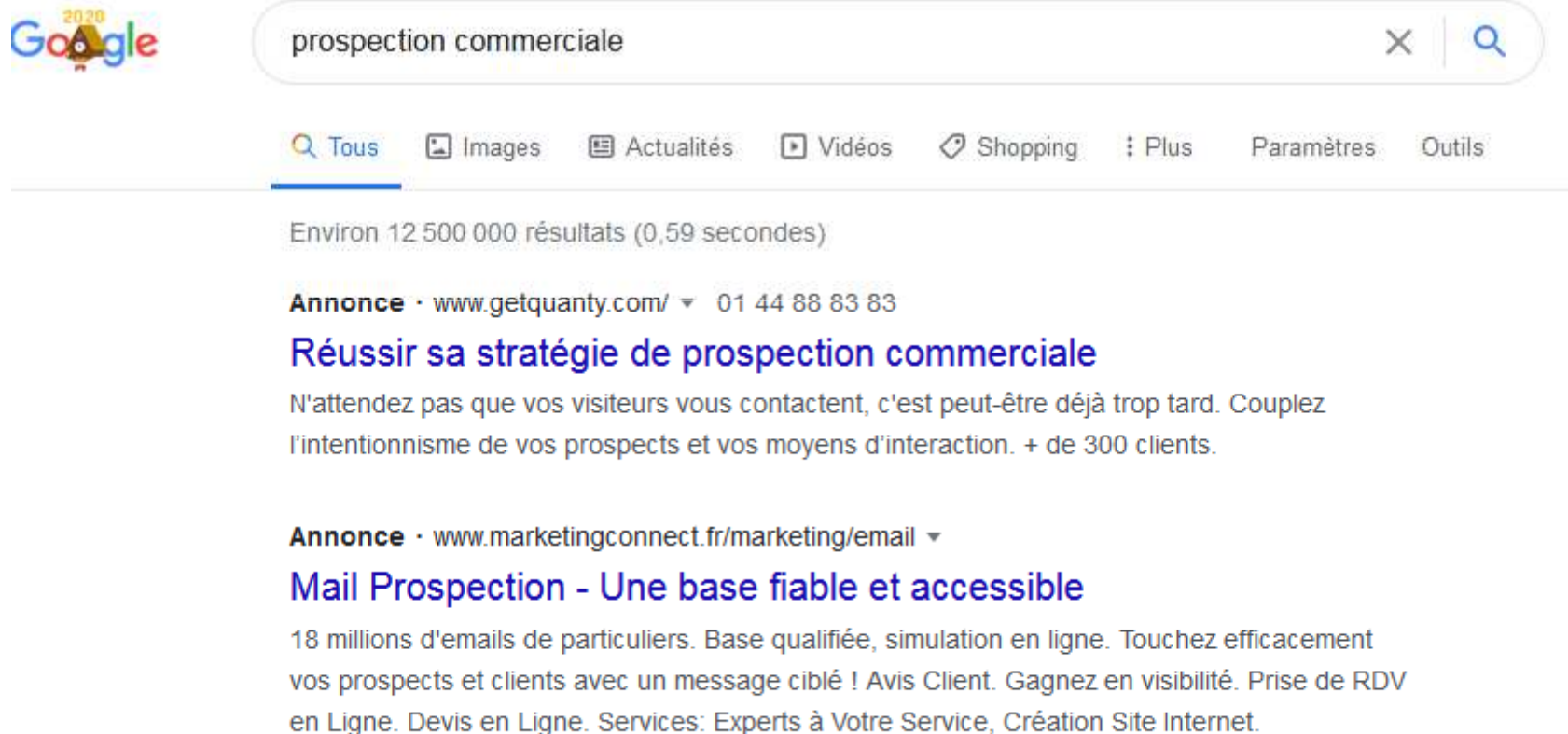
Moyens de prospection sur internet :

- **Le site web:** le meilleur commercial en ligne (disponibilité et crédibilisation par témoignage des clients).
- **Partenariat commercial:** collaboration pour une campagne publicitaire (rémunération au coût par clic, rémunération au coût par mille affichages, affiliation, etc.).
- **E-mailing:** le publipostage en ligne ou le publipostage électronique. Envoie des courriels commerciaux à la BDD clients.

Moyens de prospection sur internet :

- **Les réseaux sociaux et le social selling:** considérer les plateformes sociales comme un média au service de la prospection. Sélectionner les réseaux ayant les meilleures cibles.
- **Forums:** intervenir et échanger dans des forums spécialisés. Un outil gratuit mais consommateur de temps.
- **Les campagnes AdWords:** insérer des bannières publicitaires dans les résultats des recherches effectuées sur Google. Outils: Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads. Offres plus visibles et développement rapide de la clientèle.

Exemple d'une annonce Google AdWords :



The image shows a Google search interface. At the top left is the Google logo with '2020' and a small cartoon character. The search bar contains the text 'prospection commerciale'. To the right of the search bar are icons for 'x' and 'search'. Below the search bar is a horizontal menu with links: 'Tous', 'Images', 'Actualités', 'Vidéos', 'Shopping', 'Plus', 'Paramètres', and 'Outils'. Below the menu, it says 'Environ 12 500 000 résultats (0,59 secondes)'. There are two search results listed. The first result is from 'www.getquantity.com/' with the phone number '01 44 88 83 83'. The title is 'Réussir sa stratégie de prospection commerciale' and the description is 'N'attendez pas que vos visiteurs vous contactent, c'est peut-être déjà trop tard. Couplez l'intentionnisme de vos prospects et vos moyens d'interaction. + de 300 clients.' The second result is from 'www.marketingconnect.fr/marketing/email'. The title is 'Mail Prospection - Une base fiable et accessible' and the description is '18 millions d'emails de particuliers. Base qualifiée, simulation en ligne. Touchez efficacement vos prospects et clients avec un message ciblé ! Avis Client. Gagnez en visibilité. Prise de RDV en Ligne. Devis en Ligne. Services: Experts à Votre Service, Création Site Internet.'

Google 2020

prospection commerciale

Tous Images Actualités Vidéos Shopping Plus Paramètres Outils

Environ 12 500 000 résultats (0,59 secondes)

Annonce • www.getquantity.com/ ▼ 01 44 88 83 83

Réussir sa stratégie de prospection commerciale

N'attendez pas que vos visiteurs vous contactent, c'est peut-être déjà trop tard. Couplez l'intentionnisme de vos prospects et vos moyens d'interaction. + de 300 clients.

Annonce • www.marketingconnect.fr/marketing/email ▼

Mail Prospection - Une base fiable et accessible

18 millions d'emails de particuliers. Base qualifiée, simulation en ligne. Touchez efficacement vos prospects et clients avec un message ciblé ! Avis Client. Gagnez en visibilité. Prise de RDV en Ligne. Devis en Ligne. Services: Experts à Votre Service, Création Site Internet.

Publicité sur internet :

- Il n'existe pas une définition officielle de la publicité sur Internet. Néanmoins c'est un moyen de prospection spécifiant ainsi son support et son format.
- Appelée également publicité en ligne, e-publicité, cyberpublicité ou e-pub.
- Les technologies utilisées : gif animé, flash, HTML, DHTML, email, rich media

Formats publicitaires sur internet :

- **Formats basiques:**
 - **Bannières (Bandeaux):** espace rectangulaire inséré dans une page web et véhiculant des messages publicitaires statiques ou dynamiques.
- Trois classifications des bandeaux co-existent:

Formats publicitaires sur internet :

Classification des bannières

Format

- Le bandeau entier horizontal, bandeau entier avec barre de navigation verticale, le demi-bandeau horizontal, Bouton 1, carré, micro bouton, le gratte-ciel, le grand gratte-ciel, le grand rectangle, etc.

Degré de mouvement

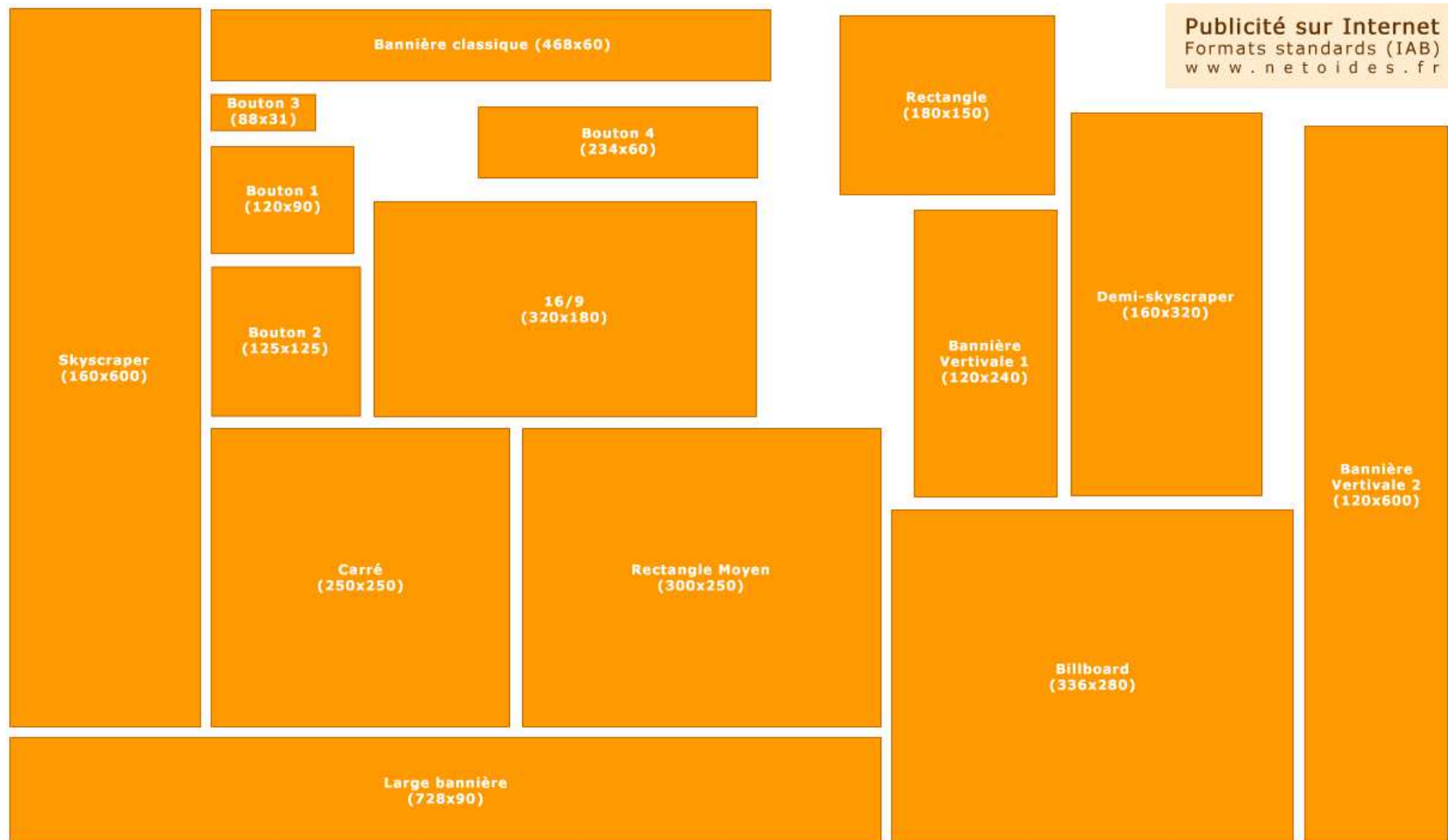
- Bannières passives.
- Bannières actives.
- Bannières interactives.

Objectif de communication

- Bannières action clic.
- Bannières communication
- Bannières pluri-objectifs.

Formats publicitaires sur internet :

Récapitulatif des formats bannières



Formats publicitaires sur internet :

- **Formats personnalisées :**

- **Interstitial:** plein écran qui s'affiche avant l'accès à une page donnée.
 - **Superstitiels:** des interstitiels multimédias plus complexes.
 - **Pop-ups:** nouvelle fenêtre devant le contenu.
 - **Pop-unders:** nouvelle fenêtre derrière le contenu.
 - **Prestitiels:** s'affichent qu'après le démarrage de la page d'accueil.

Formats publicitaires sur internet :

- **Formats personnalisés :**

- **Expand-banner:** espace publicitaire élargi à l'ouverture de la page puis réduit à un format traditionnel de bannière.

- **Habillage de site/page:** fond du site cliquable, habillé aux couleurs d'une marque.



- **Cyber-parrainage:** association d'une marque à un site web.

Aller plus loin avec les formats de publicité sur internet :

- <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://p1.storage.canalblog.com/17/04/354389/19386515.pdf&ved=2ahUKEwiKspimnPntAhUNx4UKHRNPCUkQFjAEegQIBRAB&usg=AOvVaw3BcQafXTpVS6W6IItN8jvk&cshid=1609452380556>

Propriété intellectuelle et commerciale:

- **Définition :** la propriété intellectuelle est un dispositif qui permet d'apporter une protection à toutes celles et tous ceux qui sont à l'origine d'une création, qu'il s'agisse d'une création utilitaire ou d'un signe distinctif comme une marque commerciale ou une appellation d'origine.

Que peut-on protéger sur un site du e-commerce?

- **La marque et le logo:** représentent la signature de l'entreprise et leur protection permet de protéger l'identité de l'entreprise. La réservation du nom du domaine n'est pas suffisante.
- **Les visuels et les éléments de design du site Web:** considérés comme une propriété intellectuelle protégée par le dépôt de dessins et modèle.
- **Les bases de données:** s'opposer à sa modification ou accorder une licence en cédant des droits à des tiers pour exploiter cette base.

Que peut-on protéger sur un site du e-commerce?

- **Protection e-commerce par le brevet:** les inventions étant une propriété industrielle marquant la différence sur le marché, peuvent être brevetées.
- **Les contenus originaux par le droit d'auteur:** mise en place d'une procédure permettant de faciliter la recherche et le recours à des procédures lorsqu'un tiers porte atteinte au droit d'auteur. Les copies des contenus et la reprise de textes sans autorisation ne sont pas autorisés.

Conclusion:

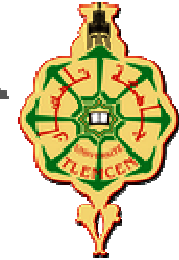
- E-commerce un domaine particulier de l'économie numérique.
- Offres commerciales électroniques sont soumises à des obligations.
- Un contrat électronique doit offrir toutes les garanties en matière de preuve, d'où la signature électronique numérique qui apporte la réponse à ce besoin.
- Signature numérique repose sur les fonctions de hachage et le chiffrement asymétrique.

Conclusion:

- Validation de l'acceptation via le paiement en ligne.
- La prospection et la publicité sur internet, des nouvelles armes dans l'économie numérique.
- L'utilisation des droits de propriété intellectuelle pour protéger le patrimoine immatériel de l'entreprise.

جامعة أبو بكر بلقايد

UNIVERSITÉ DE TLEMCEEN



Département d'Informatique

3^{ème} année licence (L3)

Économie numérique & Veille stratégique

Mme Asma HAMITOU née MEHIAOUI

Asma.mehiaoui.hamitou@gmail.com

Année universitaire: 2020 - 2021