

<http://www.doc-etudiant.fr/Commerce/Marketing/Expose-Etude-de-cas-yves-rocher-et-crm-113587.html>

<http://www.doc-etudiant.fr/Gestion/Finance/Expose-e-business-29255.html>



Université Moulay Ismail
Ecole Supérieure de Technologie
Meknes

Exposé sous le thème de :

Le E-commerce



Dans le présent travail il s'agira de la réalisation d'un exposé qui abordera comme thème : le commerce électronique, dont le processus de traitement sera comme suit : Tout d'abord, une présentation d'un certain nombre de généralisées sur le commerce électronique, suivie d'une étude de cas, et pour bien cerner le sujet, une analyse de deux cas différents a été effectués, site de E-commerce étranger et un exemple national.

Plan

✚ Première partie : Généralités sur le E-commerce.

A- Définition.

B- Forme.

C- Réglementation.

D- Protection du consommateur.

E- Efficacité du commerce électronique.

✚ Deuxième partie : Etude de cas.

A- Site Etranger : eBAY

1- Histoire.

2- Page d'accueil.

3- Fonctionnement.

❖ Coté acheteur.

❖ Coté vendeur.

❖ Le système de paiement.

B- Site Marocain : JIB LI

1)- Présentation.

- 2)- Le contexte de création.
- 3)- Une approche tout à fait différente.

Première partie :

Généralités sur le commerce

électronique



A-Définition du commerce électronique.

Le commerce électronique, couvre tout ce qui permet d'effectuer des opérations commerciales en ligne. Sous sa forme la plus évidente, il vend des produits en ligne aux consommateurs mais, en fait, n'importe quel type d'affaires effectué par des moyens électronique. Le commerce électronique consiste simplement à créer, à contrôler et à développer des relations commerciales en ligne.

Le commerce électronique représente l'achat,le développement,la conception de produits,la production,la vente,le marketing,les services,la coopération entre entreprises,la distribution,la recherche,l'information,les forums,l'éducation,le divertissement,et probablement d'autres sortes d'activités .

B- Forme du commerce électronique.

a)- **B et A** (Business to Administration) : Transaction électronique entre une entreprise et une administration, par exemple pour la transmission d'une déclaration.

b)- **B to B** (Business to Business) : transaction électronique entre deux ou plusieurs entreprises. C'est le domaine par excellence du commerce électronique, 98% des échanges dématérialisés se font entre entreprises.

c)- **B to C** (Business to consumer) : Transaction électronique entre une entreprise et une personne privée, par exemple, un consommateur. C'est ce type de commerce dont on parle le plus dans la presse. En réalité, le taux d'utilisation reste très faible, même si les potentiels de croissance sont très faibles. Les freins sont encore nombreux, en particulier vis-à-vis des moyens de paiement à distance.

d)- **A to C** (Administration to Consumer) : Transaction électronique entre une administration et une personne privée. Ce domaine reste à explorer.

C- Réglementation.

Après l'approbation du Parlement Marocain, la loi qui régit le E-commerce, est mise en application, sachant que l'ensemble de ses règles s'inspirent des règles Françaises, et Européennes.

Cette présente loi aborde les éléments suivants :

- Facturation télématique.
- Signature électronique.
- Argent électronique.
- Protection des informations à caractères personnels.

a)- Facturation électronique.

A cet effet, est considérée facture électronique celle qui repose sur l'utilisation de systèmes de signature électronique avancée ou de tout autre système d'échange électronique de données qui permet de garantir l'authenticité de l'origine des factures émises par des moyens électroniques et l'intégrité de leur contenu.

Par ailleurs, la facture électronique est définie comme tout autre document électronique qui remplit les conditions d'émission et de contenus exigées par le texte juridique réglementant le devoir d'envoi et de délivrance de factures par les entreprises et les professionnels.

b)- Signature électronique.

La "signature électronique" est définie par la Loi comme l'ensemble des données sous forme électronique, consignées avec d'autres données ou associées à elles, pouvant être utilisées comme moyen d'identification du signataire.

En plus des personnes physiques, les personnes morales peuvent également agir comme signataires, car on cherche à répandre l'utilisation de moyens télématiques pour la passation de commandes ou l'émission de factures, tout en sauvegardant la sécurité juridique de la personne titulaire et des tiers qui traitent avec elle.

c)- Argent électronique.

L'argent électronique est, d'après la définition légale, une valeur monétaire représentée par un crédit exigible à son émetteur et stocké sur un support électronique, qui est émis à la réception de fonds d'un montant non inférieur à la valeur monétaire dudit crédit et accepté comme moyen de paiement par des entreprises différentes de l'émetteur.

Pour pouvoir procéder à l'émission d'argent électronique, il faut assurer une série de procédures de gestion et de contrôles spécifiques qui garantissent son bon fonctionnement et la stabilité du système financier.

D)- Protection des informations à caractères personnels.

La Protection des Données à Caractère Personnel, régit le traitement des données à caractère personnel des personnes physiques obtenues par des organismes publics et privés dans l'exercice de leurs fonctions, pour empêcher l'utilisation sans discernement de ce type de données et imposer des sanctions en cas de non respect des obligations instaurées par la Loi

Cette Loi s'applique aux données à caractère personnel, comprises comme toute information concernant des personnes physiques, identifiées ou identifiables ; son application ne peut donc pas être étendue aux données concernant les personnes morales.

L'ensemble des règles de protection de données à caractère personnel s'articule autour des principes suivants :

- L'intéressé doit accepter au préalable le traitement de ses données à caractère personnel.
- Le traitement des données spécialement protégées (celles qui concernent l'idéologie, l'appartenance syndicale, la religion, les croyances, l'origine raciale, la santé et) requiert l'acceptation expresse de l'intéressé par écrit.
- L'intéressé doit être informé d'une série d'aspects relatifs au traitement prévu de ses données personnelles.
- Ne peuvent être l'objet de traitement que les données à caractère personnel qui sont pertinentes, adéquates et non excessives par rapport à la finalité pour laquelle elles ont été recueillies.

- La communication à un tiers de données à caractère personnel requiert l'acceptation préalable de l'intéressé à cet effet, sauf si ladite communication est prévue dans une des hypothèses d'exception instaurées par la Loi ;
- L'intéressé a un droit d'accès, de rectification, d'annulation et d'opposition au traitement de ses données à caractère personnel ;

D)- Protection du consommateur.

Dans la mesure où les activités de commerce électronique s'adressent à des consommateurs, il est nécessaire de respecter l'ensemble de la réglementation sur la protection du consommateur,

De même quand, pour le déroulement de la transaction, il s'agit d'incorporer des clauses pré rédigées à plusieurs contrats, portant sur les Conditions Générales du Contrat qui réglementent les transactions par téléphone ou sous forme électronique avec des conditions générales.

Ce texte fixe les conditions qui doivent figurer dans les contrats à distance, réalisés par des moyens téléphoniques, électroniques ou télématiques, contenant des conditions générales, en entendant par là des clauses pré rédigées dont l'inclusion dans le contrat est imposée par une des parties.

A cet effet, lorsque des transactions comportant des conditions générales sont réalisées par voie téléphonique ou télématique, les règles à respecter seront comme suit:

- Fournir au consommateur, au moins trois jours avant la signature du contrat, une information sur toutes les clauses du contrat, et lui faire parvenir, par tout moyen adéquat, le texte complet des conditions générales.
- Envoyer à l'adhérent, immédiatement ou, au plus tard, au moment de la livraison du bien ou du service marquant le début de l'exécution du contrat, une justification écrite ou, sur proposition de la partie qui adhère au contrat.
- La partie qui adhère au contrat a la possibilité d'exercer son droit de résiliation du contrat sans encourir de pénalité ni de frais quelconques, dans un délai de sept jours ouvrés, d'après le calendrier officiel de l'endroit où il réside habituellement. Ce délai de sept jours commence à courir à compter du moment de la réception de la marchandise pour les contrats dont l'objet est la livraison de biens, ou à compter de la conclusion pour les contrats de prestation de services. Si l'information sur les conditions générales ou la confirmation documentaire a lieu postérieurement à la livraison de la marchandise ou à la conclusion du contrat, le délai de sept jours court à compter de l'exécution de ces obligations.

- Le proposant a la charge de la preuve de l'exécution des obligations imposées par ce texte, à savoir : l'existence et le contenu de l'information préalable des clauses, la remise des conditions générales et la justification documentaire du contrat, ainsi que, le cas échéant, la renonciation explicite par la partie qui adhère au droit de résilier.

E)- Efficacité du commerce électronique.

L'efficacité du commerce électronique atteint sa pleine maturité lorsque plusieurs des opérations suivantes y sont intégrées :

- L'information circule du service des ventes à celui des achats et de la production.
- L'information concernant les ventes est partagée instantanément avec les grossistes, les livreurs, les fabricants, les concepteurs, et même les fournisseurs de matières premières.
- La sécurité des paiements en ligne est assurée par l'utilisation d'un serveur de paiement sécurisé.

Deuxième partie :

Etude de cas.



Le site web eBay est un [site](#) de [ventes aux enchères](#) créé en [1995](#) par [Pierre Omidyar](#), et est devenu une référence mondiale dans sa catégorie et un phénomène de société. La plupart des internautes connaissent eBay, une grande majorité a sûrement déjà visité le site, certains ont déjà acheté un article dessus

et même déjà vendu quelque chose. Quelle recette eBay a su mettre en œuvre pour devenir aujourd'hui une entreprise cotée en bourse, valorisé à presque 50 milliards de dollars et revendiquant plus de 10 millions de visites mensuelles !

Porté par le boom d'[Internet](#) et du [commerce électronique](#), le site eBay connaît un énorme succès depuis ses débuts et compte aujourd'hui plus de 200 millions de membres inscrits. Fondé en 1995, eBay est devenu une place de marché mondiale où une communauté de passionnés, composée aussi bien de particuliers que de professionnels, peut acheter et vendre.

1)- Histoire.

Créée en 1995, cette start-up californienne, a connu un succès sans faille depuis maintenant 12ans. Son fondateur, [Pierre Omidyar](#), un français de 40 ans élevé aux USA, a senti très tôt le potentiel qu'avait Internet pour ce qui est du commerce en ligne et à profité de ce côté pionnier dans le domaine pour développer ce qui représente aujourd'hui la 1ère place de marché en ligne mondial. Initialement appelée Action Web, la société a pris le nom d'eBay en [1996](#). Son fondateur a à l'origine créé ce site pour permettre à sa femme d'échanger puis acheter et vendre des distributeurs de bonbons [PEZ](#) qu'elle collectionnait. Pour se financer, eBay prélève une commission sur chaque transaction effectuée en échange des services offerts. C'est le vendeur qui paye cette commission ; l'acheteur, lui n'a aucun frais supplémentaire à l'achat à prendre en charge. La société eBay émet une facture une fois par mois. Il existe, pour le site français, quatre façons de payer les frais :

- par chèque.
- par carte de crédit à paiement unique.
- par prélèvement automatique.
- par PayPal.

2)- La page d'accueil Ebay :

Ce qui frappe le nouvel utilisateur quand il arrive sur la page d'accueil d'eBay, c'est la foule d'information qui se présente à lui. Entre les publicités, les liens utiles, les différentes boutiques, les encarts de toutes sortes et l'interminable liste des catégories de produits... On est un peu abasourdi. Mais eBay, c'est comme ça : il y a tellement d'objets insolites et de bonnes affaires à faire qu'on prend vite le pli !

Malgré tout, la structuration de la page reste agréable : les couleurs - souvent déclinées en dégradé - rappellent celles du logo (rouge, bleu, jaune, vert), les encadrés sont arrondis et la police sobre et agréable à lire.

3)- Le fonctionnement d'eBay

Une fois la première impression passée, l'inscription au site est facile : la marche à suivre est clairement indiquée et les textes explicatifs plutôt didactiques. Une fois les "formalités administratives" remplies (eh oui, il faut bien s'assurer qu'il y a une véritable personne derrière un simple pseudo !), il reste à choisir un nom d'utilisateur et un mot de passe.

Une fois inscrit, le nouvel acheteur ou vendeur est accompagné pas à pas pour lui permettre de découvrir le site ainsi que l'étendue des services qu'il propose. Conseils pour trouver un objet et modalités de paiement ou encore préparation de l'annonce et stratégie de vente... tout est expliqué clairement afin que l'internaute ne soit ni perdu, ni effrayé par le processus d'achat/vente.

----Du côté des acheteurs...

Il faut bien le dire, ce qui fait tout l'attrait d'eBay, c'est son système d'enchères. Même s'il est possible d'acquérir des objets vendus à prix fixes, il est en effet beaucoup plus ludique de miser sur un produit, suivre les variations des offres et avoir finalement le plaisir de gagner l'enchère. D'autant plus que pour l'acheteur, le service de vente aux enchères qu'offre eBay est totalement gratuit alors qu'il est facturé pour les vendeurs.

L'apparente facilité de mise aux enchères ne doit néanmoins pas faire oublier au futur acquéreur d'observer la même prudence que lorsqu'il achète dans un magasin réel. En cas de doute, il ne faut pas hésiter à contacter le vendeur pour obtenir de plus amples informations. Pensez également à regarder quelle note lui est attribuée : si celle-ci est anormalement basse, évitez-le ! Néanmoins, le pourcentage de satisfaction constaté chez les clients est tout à fait honorable.

----...Et du côté des vendeurs

Un tee-shirt qu'on n'a (pratiquement) pas porté, une table basse plus du tout au goût du jour, des chaussures devenues trop petites, un jeu vidéo dont on a fait le tour... Tout le monde (ou presque) a une bonne occasion de se rendre sur eBay pour y vendre aux enchères ses effets personnels. Et pour certains, c'est d'ailleurs devenu un jeu ! Ebay met à la disposition des internautes des outils (gratuits ou non) permettant d'analyser certains paramètres relatifs à la vente d'objets. Ainsi il n'est pas très difficile de savoir quel est le prix moyen proposé par les *eBayeurs* pour une raquette de tennis ou une étagère en kit. Cependant, malgré la volonté de clarifier le plus possible les étapes inhérentes à la vente d'objet, certaines sections du site auraient tendance à effrayer quelque peu les nouveaux venus... Certains abandonneront face à l'amas d'informations,

d'autres persisteront et sélectionneront l'information mise à leur disposition.

----Le système de paiement.

Pas évident de conjuguer achat/vente, dans le monde entier et ceci avec des montants parfois élevés ! Et quand on s'appelle eBay, le challenge est encore plus important à relever, sous peine de voir ses clients désertier, voire critiquer le manque de sérieux du site. La solution ? eBay l'a trouvé avec son système de paiement baptisé PayPal. Celui-ci permet aux acquéreurs de réaliser leur paiement de manière très facile et représente également un gage de sécurité non négligeable pour les vendeurs. La facturation est efficace lorsque le client reçoit son colis et en échange le vendeur est assuré d'être payé.



1)- Présentation

"Jib Li !" ("**Apporte-le moi !**") est un service de vente en ligne au Maroc. Il marie efficacité et efficacité, et est taillé sur mesure pour les actuelles place et perception du e-commerce dans notre pays.

Le concept "Jib Li !" est né suite à un simple constat : le e-commerce au Maroc se balance, d'une part, entre un consommateur toujours peu familiarisé aux caractéristiques propres à cette plate-forme de distribution, et d'autre part, au manque de professionnalisme et de sérieux du côté des prestataires de service dans ce domaine.

2)- Contexte de création.

Ce contexte peu dynamique est à l'origine de deux comportements spécifiques à l'internaute marocain qui cherche à faire de petits achats sur le net :

- ✓ L'engouement pour les sites d'annonces de particuliers, lesquels sites servant de véritable fonds de commerce pour certains professionnels (notamment des petites entreprises de vente de matériels informatiques et d'autres gadgets technologiques...);
- ✓ L'hésitation de l'internaute marocain à l'égard des modes de paiement proposés par les quelques sites de commerce électronique de la toile marocaine. De plus, le fait qu'un acompte soit exigé dans la plupart des cas le dissuade davantage d'opter pour ce type de service (jugé toujours très peu fiable).

Bien entendu, ce climat peu favorable au développement des transactions sur Internet pénalise l'efficacité des sites marocains de vente en ligne, ce qui explique largement leur carence en professionnalisme, et, à plus forte raison, les délais de livraison inadmissibles qui flirtent parfois avec les 40 jours ! No comment.

3)- Une approche différente.

Etant données les difficultés que rencontre le commerce électronique marocain le site "Jib Li!" adopte une approche tout à fait différente.

1)- Acheter sans carte bancaire et sans versement d'acompte !

Le principe est simple : devant chaque article à vendre, le client trouve un ou plusieurs numéros de téléphone qu'il sera invité à contacter pour commander ce dont il a besoin.

Ceci lui permettra de passer directement ses commandes auprès de son livreur, d'où les livraisons rapides caractérisant ce site.

Les commandes par emails sont possibles, toutefois, il faut savoir que les appels téléphoniques sont les premiers servis.

2)- Pour mieux satisfaire la clientèle

L'entreprise a mobilisé une équipe jeune et dynamique, disposant des moyens techniques et logistiques lui permettant de répondre à tous les commandes illico presto et de livrer de la manière la plus adéquate et la plus rapide possible (RDV conventionnel, livraison à domicile, rencontres dans des lieux publics...), tout ceci se passe dans une atmosphère sympa et agréable puisque les livreurs ont le sens du relationnel : une livraison sur un café par exemple a été toujours une occasion pour les livreurs de se faire des connaissances au delà du cadre du commerce, de parler du prochain derby Casaoui entre le Raja et le Widad ou de se raconter les dernières blagues... c'est une raison parmi d'autres expliquant le grand succès que le site est en train de vivre depuis bien longtemps.

3)- Zone de couverture.

Casablanca, dont le siège social est implanté, ainsi que les principales villes du Maroc, Via deux transporteurs : CTM et AMANA.

