

## **Vendre sur internet: l'audace à portée de main**

Jacqueline Reigner, Directrice de Sémafor Conseil SA

Réseau mondial, le web fait rêver les chefs de vente. Les responsables de PME craignent parfois de s'y perdre. Docteur ès sciences, spécialiste de la sécurité informatique et directrice de Sémafor Conseil SA, Jacqueline Reigner explique l'intérêt de vendre sur internet, même pour les très petites sociétés.

En quoi Internet est-il une force de vente pour les petites et moyennes entreprises, alors que les grands portails commerciaux appartiennent généralement à de grandes sociétés?

Vendre ses produits ou ses services sur internet est à la portée de toutes les entreprises, la taille ne joue aucun rôle. Elles ont toutes des chances égales de succès sur internet. Il suffit de s'adapter à une démarche spécifique aux moyens électroniques. Les PME ont la chance de bénéficier d'une énorme visibilité, pour autant qu'elles utilisent les moyens et les techniques propres à internet.

Il est possible de développer une relation de fidélisation de client sans même avoir un site web. Il suffit d'un bon carnet d'adresses et d'utiliser la messagerie avec doigté. En revanche, un site sera un vrai support de l'image de l'entreprise. Elle y présentera ses produits, ses services, les informations nécessaires et également sa mission, ses valeurs ou ses exemples de succès.

Peut-on parler d'un changement culturel fondamental dans la relation fournisseur-client si la transaction se fait par le web?

La relation fournisseur-client est toujours la même. Cependant, internet permet d'approfondir une relation personnelle avec chaque client ou chaque catégorie de clients. La gestion des achats effectués est aisée. Grâce aux informations récoltées (produits consultés, fréquence d'achats, etc.), il est possible de connaître avec précision les goûts et les préférences de chaque client afin de lui présenter de nouvelles occasions d'achat avec une probabilité élevée de succès.

En termes de gestion de trésorerie, quels sont les avantages et les risques du commerce électronique?

Notamment pour les toutes petites entreprises, le gros avantage financier est de pouvoir commencer un commerce électronique sans mise de fond. A partir de quelques produits ou même d'un seul une entreprise peut développer son e-commerce simplement en envoyant un message électronique à sa liste d'adresses. L'investissement est nul. Bien entendu, si vous avez un catalogue de produits, vous aimerez disposer d'un site de vente en ligne, pour un coût de 2000 francs ou plus selon la complexité. Votre client pourra sélectionner ses produits, les payer avec sa carte de crédit et il vous restera à traiter la logistique de la commande. Le client payera à la commande et vous disposerez alors d'une avance de trésorerie.

Certains secteurs de vente (produits ou services) sont-ils à exclure de cet outil?

En principe, la plupart des produits ou services peuvent être vendus sur internet. La réticence vient parfois du vendeur, qui n'imagine pas encore de changer ses habitudes. Aujourd'hui en Suisse, sur le web, on vend de tout: des sandwiches, de l'habillement, des oeuvres d'art, du conseil, des livres, de l'information, de la publicité, des services bancaires, du tourisme. Et si certains services ne peuvent pas être fournis sur internet, la coiffure par exemple, les produits accessoires pourront apporter des ventes électroniques supplémentaires. Les produits d'exportation sont bien entendu bénéficiaires du plus grand marché mondial sur la toile. La communication se fait sans délai par des systèmes interactifs qui mettent client et vendeur face à face.

Règles d'or pour l'échoppe sur le clavier

Demander à chaque personne privée si elle consent à recevoir des messages d'information ou publicitaires.

Proposer un système de paiement fiable par un fournisseur de confiance: carte de crédit, banque ou poste.

Travailler activement sur le marketing, avec un bon référencement du site web, un mailing, et la gestion des campagnes de publicité.

Surveiller la concurrence par un système de veille actif.