

Les bonnes raisons pour investir dans le e-commerce pendant la crise ?

Mobilité

Posté par : JulieM

Publié le : 30/10/2013 13:00:00

À l'heure de la sinistreuse économie, force est de constater que certains secteurs tirent pourtant leur épingle du jeu. Nous pouvons notamment parler du e-commerce qui est l'un des plus dynamiques et continue de générer des taux de croissance impressionnants. **Nous allons dresser 11 raisons pragmatiques pour investir dans le e-commerce.**

1. La généralisation des connexions Internet

Nous sommes en effet entrés dans l'ère ATAWAD (AnyTime, AnyWhere, AnyDevice). La marque déposée par Xavier Dalloz décrit la capacité d'un usager en situation de mobilité à se connecter à un réseau sans contraintes de temps, de localisation, ou de terminal. Le consommateur est donc disponible en tout lieu et n'importe plus acheter depuis n'importe quel device.

2. Une image du e-commerce valorisante

L'image perçue par la population et véhiculée par les médias est particulièrement profitable pour les acteurs du e-commerce. Les consommateurs perçoivent des valeurs positives comme : les Bons plans, la fiabilité, la qualité de service.

3. Le changement des habitudes de consommation

Omni-canalité, klik&collect, klik&purchase, développement de solutions de livraison alternatives. Toutes ces approches sont désormais plébiscitées par les consommateurs. Cela a largement contribué à accroître l'utilisation d'Internet et à le faire sortir d'un simple moyen de connexion sur PC. Acheter en ligne devient un acte banal.

4. L'élargissement des zones de vente

Internet a aboli les limites inhérentes aux zones de chalandise traditionnelles. Le marché est global et ouvre plus facilement les portes de l'internationalisation.

5. La facilité de lancer sa boutique en ligne

Les frais inhérents au lancement et à l'exploitation d'une boutique e-commerce sont bien plus faibles que ceux liés à la création d'une boutique physique. Cela permet notamment de tester la pertinence de son concept en contenant ses coûts : plus de loyers, gestion des stocks optimisée (flux tendus), trésorerie plus confortable pour le e-commerçant... Bien que le budget dédié au web ne cesse de grandir au fil du temps il reste tout de même inférieur à celui des boutiques traditionnelles.

6. Une meilleure mesure des actions de promotion

La gestion des retours sur investissement des campagnes de communication est plus facilement quantifiable que dans un commerce classique grâce à des technologies comme le web-analytics.

7. Un accès privilégié pour toucher la génération Y

Pour les entreprises qui souhaitent majoritairement commercialiser leurs produits auprès d'une clientèle jeune, ouvrir une boutique e-commerce est une réponse adaptée. Le web est en effet le canal de communication privilégié des jeunes générations qui réalisent la majorité de leurs achats en ligne.

8. La boutique e-commerce est plus flexible

Il est plus simple de faire évoluer l'architecture de son hébergement Internet pour accueillir plus de visiteurs que de pousser les murs d'une boutique physique. Il est aussi possible d'ajuster en temps réel ses campagnes et son positionnement, là où la boutique physique implique une inertie importante.

9. Une disponibilité permanente des clients

Le client est facilement disponible et à tout moment. Aucune boutique physique ne propose un accès et un accueil 24/7.

10. L'évolution des technologies accroît le champ des possibles

L'omni-canalité, le klik&collect, le klik&purchase, le développement des solutions de livraison alternatives, autant de données qui permettent de répondre aux attentes des consommateurs.

11. L'avènement du concept du « T Cube » (marque déposée)

Le e-commerce a donné vie au concept du T Cube: Tout, Tout de suite, Tout le temps. Cette promesse est aujourd'hui réellement universelle.

Ces différentes raisons offrent donc une réponse pragmatique aux attentes des entreprises désireuses de lancer leur site e-commerce, confirme Luc ROMANO Président Directeur Général d'Add Online