



e-business, fini de jouer ?

André Delacharlerie

Hélène Raimond

ad@awt.be & hr@awt.be



* 1 *

- Formes rudimentaires d'e-business = interactions électroniques avec clients et fournisseurs donc via e-mail et site web
- En Wallonie combien d'entreprises utilisent le courrier électronique et combien ont un site web ? (slide 5)
- Il y a des secteurs plus visibles que d'autres sur le net ? (slide 5)
- Les autres régions font-elles mieux que nous ? (slide 5)
- Quels sont les freins par rapport à l'adoption du site web? (slide 5)
- Que font les entreprises avec leur site web ? (slide 6)
- Heureusement, il n'y a pas que des formes rudimentaires d'e-business. Comment faire pour aller plus loin? (slide 7)

2

- Si on prend l'utilisation accrue des TIC dans la relation client, on pense tout de suite à la vente en ligne. Elle a, paraît-il, battu tous les records l'an dernier. Les entreprises wallonnes en ont-elle bien profité ? (slide 8 et 9)
- Puisque ce n'est pas évident de commencer à vendre en ligne, quelles sont les conseils que l'on peut donner aux PME ? (slide 10)
- Par contre, nos entreprises achètent en ligne ? (slide 11)
- Comment peut-on expliquer cette différence entre taux de vendeurs et taux d'acheteurs ?
Largeur de l'aire de concurrence; taille; positionnement de la vente par rapport aux clients existants; pas de réelle différence si on tient compte des achats de MP intégrés.



* 3 *

La deuxième forme évoluée d'e-business, c'est l'utilisation des TIC dans la relations avec les partenaires. Ces collaborations se concrétisent par:

- Des **extranets** (= partage des informations « internes » avec des partenaires)
 - Des échanges de données via **EDI** (intégration d'applications informatiques entre clients et fournisseurs)
 - Des **plateformes de collaboration** (places de marché, ...)
-
- A-t-on pu mesurer le niveau actuel de collaboration électronique de nos entreprises ?
(slide 12)
 - Quels sont les freins au développement de ces collaborations ?
(slides 12)
 - Quel est le taux d'adoption des logiciels de gestion intégrée?(slide 13)
 - Comment peut-on résumer les enjeux de l'e-business alors? (slide 14)



Sites Web (1)



58% des PME (+ 7 points) :

- 😊 TIC, distribution, garages, services entreprises, horeca
- ☹️ agriculture, commerce, construction

20% des TPE (status quo) :

- 😊 TIC, distribution, finance, immobilier, horeca
- ☹️ industries, construction, agriculture

Freins : inutilité perçue, coût, jamais songé (**TPE**),
clients n'utilisent pas Internet (**PME**),

Critères clés outre le secteur :

- **taille** : 20% (1-4 pers.) -> 93% (100 pers. et+)
- **PME : aire de concurrence** :
local (40%) -> National -> Mondial (83%)

Sites Web (2)



Fonctions du site Web :

- image moderne de l'entreprise
- informer les clients
- élargir la clientèle (**PME**)
- catalogue produits (**64% TPE**)

Création externalisée du site : 56% PME | 28% TPE

Rythme des mises à jour :

- hebdomadaire : **12% PME | 10% TPE**
- annuelle : **23% PME | 17% TPE**
- jamais : **10% PME | 14% TPE**

Promotion (référencement, bannering, e-mailing) :
36% PME | 70% TPE (taux sur entreprises avec site Web)



E-business : bien plus que le mail et le web...

En fait l'e-business c'est l'utilisation des TIC comme colonne vertébrale de tous les processus de l'entreprise

- **Dans la relation avec les clients :**
 - Information de qualité
 - Personnalisation du produit / du service
 - Réduction des délais
 - Simplification des procédures de commande / de suivi
 - Qualité et adéquation du service après-vente
- **Dans la relation avec les partenaires :**
 - Extranet
 - EDI
 - Plateforme électronique de collaboration
- **Dans la gestion interne de l'entreprise:**
 - Gestion intégrée (ERP, SCM; CRM; etc.)



Vente en ligne

commande par e-mail ou via site web ou via EDI

12% des PME (status quo) :

- ☺ distribution, TIC, finances, garages
- cible : B2B (38%)
- 6% vendent des biens matériels

5% des TPE (+ 1 point) :

- ☺ TIC, finances, immobilier, horeca
- cible : B2C (78%)

Intégration au back-office : 39% PME | 44% TPE

Importance des commandes en ligne :

-> plus d'1/4 des commandes : 24% PME | 31% TPE

Paiement électronique : 44% PME | 36% TPE

Facturation en ligne : 28% PME (vendant via Internet)



Perception de la vente en ligne

Avantages perçus :



- conquérir de nouveaux marchés et augmenter le chiffre d'affaires
- raccourcir les délais
- nouveau canal de vente
- positionnement par rapport à la concurrence
- réduire les frais de promotion

Freins rencontrés :



- produit jugé inadapté à la vente en ligne
- méconnaissance du commerce en ligne
- clients n'utilisent pas Internet
- difficultés d'organisation interne
- protection du vendeur
- coût de création du site de vente



eBay: nouvelle opportunité pour les PME?

- Début 2007, on dénombrait 7000 PME/TPE présentes sur EBay Belgique.
- Inter médiation électronique: l'avenir?
- Adaptation de la stratégie marketing
- Intégration du multicanal



Achats en ligne

42% des PME (+ 3 points) :

- 😊 TIC, garages, services aux entreprises, industries
- ☹️ horeca, transports, finances

27% des TPE (+ 7 points) :

- 😊 TIC, distribution, services aux entreprises, immobilier
- ☹️ horeca, agriculture, commerce de détail

Liaison avec le back-office :

- **39 % des PME** qui achètent des matières premières
- **37 % des TPE** qui font des achats en ligne (+ 4 points)

Freins : inutilité perçue, pas proposé par fournisseurs, voir avant d'acheter, préférence au vrai contact

Paiement électronique : **44% PME** | **68% TPE** (entreprises achetant via Internet)

Travail en réseau

Travail en réseau via TIC (EDI, VPN, Extranet) :

- 17% des PME (+3 points)
☺ TIC, garages, finances, distribution
- 7% des TPE (½ TPE collaborant avec autres entreprises)
☺ finances, TIC, services aux entreprises, distribution

Avantages :

- raccourcissement des délais
- changements dans le Système d'Information
- réorganisation du travail
- réduction des stocks (19% PME | 20% TPE interconnectées)

Freins :

- inutilité perçue du travail en réseau
- risques financiers
- **Lourdeur de l'interconnexion (nécessité d'ERP, SCM, CRM, etc.)**



ERP / CRM / SCM

Dans les PME :

- 12% utilisent un logiciel ERP
- 11% utilisent un logiciel CRM
- 5 % utilisent un logiciel SCM

Concernent surtout les

- PME 50 travailleurs et +
- Multi-sites
- Avec concurrence mondiale

Diffusion :

- Surtout les entreprises de production
- Apparaissent dans les services (ERP-light)



Enjeux

- Nouveaux **marchés**
- Nouveaux **produits/services**
- Nouvelles formes d'**innovation**
- **Agilité**
- Optimisation des **moyens**

MAIS

- **Disponibilité & appropriation** technologique
- **Formation**
- **Moyens limités**
- Analyse **coûts-bénéfices**
- **ROI à moyen terme**
- Résistance au **changement**

