

Date : 18/06/2014

Du e.commerce au e.business

Par : -

Lyon Presqu'île

Le e.commerce n'est que vente en ligne, alors que le e.business prépare cette vente, l'effectue et la suit. Cela, de trois manières : du web au magasin, du magasin au web et le web dans le magasin. Les études montrent qu'aujourd'hui, la première est de loin la plus fréquente. **Tendance Presqu'île**, association manager du centre-ville accompagne cette mutation.

Internet est pratique et la boutique rassure - En effet, les consommateurs commandent fréquemment par internet, et viennent chercher le bien à la boutique. « Avec mon nouveau site, indique Laurence Richard de la boutique Aurelia, j'ai vu mon chiffre augmenter de 7% en quelques mois ».

Effectivement, beaucoup de clients font une première sélection sur internet avant d'aller dans les magasins. L'OL qui a une boutique en centre-ville a beaucoup développé ses ventes sur le web, ce qui n'empêche pas la clientèle de venir au magasin, car une implantation physique lui donne confiance, et apporte un vrai plus au site. « Les clients aiment avoir un contact, surtout si le produit est cher, car le web est impersonnel. » ajoute Olivier Roche de Crésus Le premier contact a très souvent lieu sur internet, il faut donc lier la plus possible le magasin et le web en ajoutant sur ce dernier photos et vidéos de la boutique.



Évaluation du site

Ce site diffuse des articles concernant l'actualité locale du quartier de la Presqu'île, à Lyon.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 6

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Internet, une force vive – Force est de constater que plus du quart du trafic des sites provient des tablettes ou des smartphones, secteurs à ne surtout pas négliger ! Le site web est souvent la colonne vertébrale de la société, car visible par tous, où qu'ils soient. Il est non seulement une boutique en ligne, mais souvent la première vitrine à laquelle accède les clients. « Un travail de complémentarité entre le site et la boutique est donc essentiel et indispensable » explique Olivier Besançon, directeur de **Tendance Presqu'île**.

Il arrive également que le client voit un objet dans la boutique ou en vitrine, et aille le commander par internet, ou que des tablettes tactiles soient installées dans les magasins afin que le client trouve les mêmes informations aux deux endroits.

Aujourd'hui, il y a donc une évolution du comportement des consommateurs qui vont au plus pratique, évolution à laquelle les commerçants doivent s'adapter.

contact: lyon-presquile@orange.fr