



Cours E-Services

Faïçal Felhi

felhi_fayssal@yahoo.fr

Plan de cours

- Chapitre 1: E-Commerce
- Chapitre 2: E-Sourcing et E-Procurement
- Chapitre 3: E-Learning
- Chapitre 4: E-gouvernement



Cours E-Services

Chapitre 1 : E-Commerce

Faïçal Felhi

felhi_fayssal@yahoo.fr

Introduction

- Les E-services, c'est-à-dire les services accessibles au travers des moyens de communication numérique, notamment l'Internet, dans des domaines comme:
- Le Commerce (E-Commerce, E-Procurement, Mobil-Commerce...),
- La formation (E-Learning)
- L'administration (E-gouvernement, E-administration, E-citoyenneté...).

Définition du eCommerce

Il y a plusieurs définitions du eCommerce.

-Selon le point de vue du consommateur, le eCommerce, c'est le commerce qui se pratique électroniquement via les réseaux informatiques notamment l'Internet.

-Le eCommerce est donc une pratique commerciale qui consiste essentiellement à présenter les produits et les services sur Internet et surtout à faire les transactions commerciales en ligne. Le eMarket prend en charge tout le processus transactionnel (vente, achat, annulation, etc.) .

Un exemple de EC: ebay.com

Historique du eCommerce

- Le EC a été développé aux USA avec les premiers transferts électroniques de fonds dans les années 1970; ils étaient limités uniquement aux grandes institutions financières.
- Puis, il y a eu les transferts électroniques de données (Electronic Data Interchange: EDI).
- Ensuite ces transferts électroniques de données ont connu une expansion (extension) grâce à la participation de plusieurs institutions financières.
- Il s'en est suivi d'autres applications dans le domaine du traitement électronique des actions boursières et des réservations de voyage.
- Puis dans les années 1990, dès que l'Internet a été commercialisé et que les usagers ont commencé à l'adopter, le terme EC est apparu.
- Dès lors les applications EC ont alors commencé à se multiplier.
- À la veille de l'an 2000, le EC est passé du B2C au B2B.

Évolution du eCommerce

- Types de eCommerce
- Modèles de eCommerce
- Interfaces Conviviales
- Interfaces Interculturelles
- Ergonomie, Utilisabilité et Personnalisation
- Gestion des Relations Client (CRM)
- Environnement Réglementaire du EC

Les Types de eCommerce

Il y a plusieurs types de eCommerce (ou eBusiness).

Les plus connus sont:

- **Business to Consumer (B2C) :**

Les transactions en ligne sont faites entre l'entreprise et le consommateur

- **Business to Business (B2B) :**

L'entreprise fait ses transactions en ligne avec une autre entreprise.

- **Consumer-to-Business (C2B) :**

La vente en ligne est initiée par un individu ayant pour clientèle les entreprises

- **Consumer-to-Consumer (C2C):**

Les transactions en ligne sont faites entre individus

Les Modèles de eCommerce

Il y a plusieurs modèles de eCommerce. Quelques exemples:

- Répertoire d'informations (Le modèle [Yahoo](#))
- Enchères (Vente) en ligne (Le modèle Encan: [eBay](#))
- Moteur de recherche (Le modèle [Google](#))
- Distribution de livres (Le modèle [Amazon](#))
- Abonnement au contenu d'accès (Le modèle d'abonnement)
- Trouvez le meilleur prix (Le modèle du bas prix: [Hotwire](#))
- Service Paiement Par Clic (Pay-Per-Click services): (Le modèle publicité: pour attirer clients)

Interfaces Conviviales

- Au tout début de l'Internet, les interfaces des EC n'étaient pas conviviales: Par exemple, elles n'offraient pas de bouton de retour à la page d'accueil, ni de bouton d'impression ou de téléchargement, et ne proposaient pas différents formats de fichiers à télécharger
- Aujourd'hui, les interfaces des EC ont beaucoup évolué au niveau de la convivialité (facile à utiliser): Elles sont plus versatiles (diversifiées), plus faciles et plus intéressantes à utiliser, et offrent beaucoup de fonctions, y compris celles mentionnées plus haut qui n'existaient pas auparavant

Interfaces Interculturelles

- Pour servir ses nombreuses clientèles de cultures différentes, le EC adapte maintenant son interface à leur culture
- Le EC comme [Yahoo](#), offre des choix de changement de langues et de pays.
- Ex. Un arabe peut choisir de naviguer sur Bing avec une interface arabe, aussi bien qu'un russe, un chinois ou un japonais dans leur langue (ex. [Bing](#); [Amazon](#); [eBay](#))

Ergonomie, Utilisabilité et Personnalisation

Le EC va connaître ces 3 phases suivantes:

- **Ergonomie**

Ex. Le choix de couleur pour la présentation n'était pas une préoccupation. Le EC se faisait de façon fantaisiste, y compris l'emplacement des liens. Aujourd'hui, l'ergonomie recommande entre autres, de diviser l'écran 5 parties (gauche, milieu, droite, haut, bas), correspondant chacune à une catégorie de liens. Et le choix de couleur doit obéir au confort de l'utilisateur.

- **Utilisabilité**

Ex. Les imbrications de liens étaient trop profondes et provoquaient le zapping de l'utilisateur qui cherchait une info. Aujourd'hui l'utilisabilité suggère d'organiser les liens selon une logique relationnelle et de limiter la profondeur des imbrications à 3 liens au max, afin de permettre à l'utilisateur de trouver l'info à moins de 3 cliques.

Ergonomie, Utilisabilité et Personnalisation

- **Personnalisation**

Avant c'était un produit ou service pour tous. Aujourd'hui, on étudie le profil de chaque client potentiel pour lui offrir le produit ou le service qui lui convient.

Gestion des Relations Client (CRM)

Pour fidéliser la clientèle du EC:

- Trouver de nouveaux clients
- Retenir les anciens clients
- Reconquérir les clients qui sont partis
- Tout cela implique l'étude du comportement de la clientèle, la modélisation de ses décisions d'achat et un exercice de marketing relationnel.

Environnement Réglementaire du EC

- Le milieu du EC est encore peu réglementé.
- Les lois et règlements d'un pays ne s'appliquent pas dans les autres pays.
- La protection de la vie privée ou des informations personnelles n'est suivie de la même manière dans tous les pays.
- La dimension mondiale d'internet et le manque d'uniformisation des décisions rendent difficile la réglementation dans le EC.

Sécurité des EC et des transactions

Les sites du eCommerce et la sécurité:

- Les cyber-attaques sont fréquentes.
- Les pirates profitent souvent des failles du système ou de l'insuffisance de protection pour attaquer les sites avec des virus ou pour voler les données transactionnelles.

Quelques systèmes de sécurité contre les fraudes et attaques:

- Contrôle d'accès et Firewalls
- Réseau privé virtuel (VPN: virtual private Network)
- System de détection des intrusion (IDS)
- Private Key Infrastructure (PKI)

Vie privée ou confidentialité

- Les informations personnelles fournies par les usagers sont souvent mal protégées, trafiquées par des EC malhonnêtes ou interceptées par des pirates.
- Les usagers en sont très sensibles.
- Pour ce faire, des EC utilisent des interactions cryptées et affichent un code de vie privée pour mettre les usagers en confiance (privacy).

Paiements électroniques

Quelques types de paiements électroniques:

- Paiement avec la carte de crédit
- Paiement avec les cartes bancaires (débit)
- Paiement via Paypal et d'autres intermédiaires
- Paiement avec les chèques électroniques
- Paiement avec l'argent électronique

Marketing et Publicité dans le EC

Les Techniques eMarketing les plus utilisées:

- Marketing directe (message personnalisé à chaque client)
- Marketing interactif (l'utilisateur clique sur une pub pour avoir plus d'info)
- Marketing de mass (adressé à la masse et non personnalisé)
- Marketing Viral (de bouche à oreille)

Marketing et Publicité dans le EC

La Publicité en ligne se fait généralement avec:

- Pages promotionnelles
- Bannières (statiques ou animées)
- Bannières d'échange (Cie de bannière A affiche la bannière de Cie B, et vice-versa)
- eMail, Chat, Forum, Classified Ads, eCatalog, Mobile Phone
- Etc.

Les Intentions du eCommerce

Les idées derrière le eCommerce sont multiples; en voici:

- La possibilité de joindre un grand nombre de clients
- La vitesse (rapidité) des transactions
- La facilitation des transactions commerciales
- L'accessibilité des produits et services 24/7
- La facilitation de la prestation des services à la clientèle
- La mondialisation du commerce (expansion de marché)
- La minimisation de la distance et du temps
- La diminution du coût d'exploitation des affaires
- Etc.

Avantages et Inconvénients du EC

Quelques avantages

- Accès aux services 24/7
- Transactions rapides et simplifiées
- Déplacement non requis désormais

Quelques inconvénients

- La sécurité dans le EC n'est pas tout à fait au point
- L'accès Internet reste encore cher
- Le EC n'inspire pas encore une grande confiance
- La protection de la vie privée des usagers et la confidentialité des infos demandent encore de l'amélioration

Futur du eCommerce

- Une ancienne étude de Forester Research Institute (p16,1996) citée dans le livre de Efraim Turban, montre que les recettes du EC iront en augmentant au fil des années, quoique certains EC tomberont en faillite.
- Efraim Turban (p810, 2002) avance que l'avenir du EC est prometteur, car plus les transactions seront sécurisées, plus le nombre d'utilisateurs du EC augmentera et plus les recettes dans le EC augmenteront également.