



## E-commerce : les bonnes pratiques pour réussir /

Jacob, Damien,  
author

EdiPro,  
[2013]  
EdiPro,  
[2013]

Monografía

Partez du bon pied dans le ' commerce connecté ' !Ce livre, édité tant en version papier qu'électronique, s'adresse plus particulièrement aux commerçants et PME, débutants ou confirmés.Il concerne autant ceux qui envisagent de lancer une nouvelle activité commerciale en ligne que ceux qui souhaiteraient positionner leur business actuel sur la toile. Il fait le point sur le ' commerce connecté ' et sur les bonnes pratiques de mise en place d'une stratégie.Divisé en deux grandes parties, l'ouvrage aborde les questions suivants :- Quel est l'état actuel de l'e-commerce et quelles sont les évolut

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjQ4OTM5MDE>

**Título:** E-commerce les bonnes pratiques pour réussir Damien Jacob

**Editorial:** [Place of publication not identified] EdiPro [2013] 2013

**Descripción física:** 1 online resource (503 p.)

**Mención de serie:** E-management

**Nota general:** Description based upon print version of record

**Contenido:** Couverture; Page de titre; Contenu de l'ouvrage; Préfaces; Introduction; Partie 1 : L'état actuel de l'e-commerce - Les évolutions possibles; 1. e-Commerce ?; L'e-Commerce ' BtoC ' et ' BtoB ', direct ou indirect; L'e-commerce ne s'effectue pas forcément sur Internet; Vendre sur Internet, mais aussi vendre grâce à Internet; Le cross-commerce; Les différentes formes de ventes en ligne; 2. Pourquoi vous lanceriez-vous dans la vente en ligne ?; Pourquoi acheter en ligne ?; Pourquoi vendre en ligne ?; 3. Quel est le marché du commerce ' connecté ' ? Étape 1 : Définissez et cadrez votre projet Adoptez une stratégieDiagnostic de la propension ' e-commerce ' de son domaine d'activité; Diagnostic de l'entreprise; Formulation d'hypothèses de stratégies à mener; Identification des facteurs clés du succès et vérification de leur présence; Formalisation de la manière de mettre en uvre; Étape 2 : Établissez le plan financier et le planning; Étape 3 : Établissez le plan de tactique commerciale; Les 5 grandes séquences du ' parcours client ' = les 5 enjeux; Séquence n1 - ATTIRER; Séquence n2 - SÉDUIRE; Séquence n3 - CONVAINCRE Séquence n4 - SERVIRSéquence n5 - FIDÉLISER; Étape 4 : Préparez la mise en place de votre projet; Choisissez un consultant pour votre projet d'e-commerce; Choisissez un nom de domaine; Choisissez une plateforme électronique de vente; Choisissez un prestataire web; Choisissez un hébergeur de votre plateforme

électronique; Choisissez une agence de (e-)marketing; Choisissez les modes de paiement acceptés et un ' Payment Service Provider '; Choisissez des formules de livraison et des prestataires logistiques; Étape 5 : Préparez-vous au lancement du projet; Validation des livrables Les autres tâches de préparation Réception provisoire - Mise en ligne; Obligations administratives; Constitution d'un stock de départ; Préparation de l'organisation du workflow; Préparation du dispositif de lancement; Le rodage; Le lancement; Étape 6 : Gérez le quotidien; Établissez un baromètre d'activité; Retraavaillez chacune des séquences du processus d'achat; Interrogez-vous également sur la stratégie; Testez et inspirez-vous des confrères; Inscrivez-vous sur des réseaux sociaux; Réseautage; Augmentez votre notoriété; Participez à des concours; Développez votre activité à l'international Témoignages : 9 e-commerçants livrent leur expérience

**ISBN:** 2-511-01398-3

**Enlace a formato físico adicional:** 2-87496-228-7

**Punto acceso adicional serie-Título:** E-management

---

## **Baratz Innovación Documental**

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- [informa@baratz.es](mailto:informa@baratz.es)