

Résumé

Ce projet consistait à élaborer un questionnaire à envoyer aux sociétés « suisses » pratiquant le commerce électronique inter-entreprises afin de mesurer la diffusion et l'impact de cette pratique.

Nous disposons d'une base de données d'études de cas industriels (<http://experience-en.fhbb.ch/>) pour nous aider à identifier les différents facteurs de succès.

Une sélection des études de cas à été réalisée. Leur lecture en conservant certaines données dans une feuille de stockage « excel » nous a permis de tester certains paramètres caractérisant la vente d'un produit (prix, nature du produit, niveaux de standardisation et de services).

Cette démarche a servi à :

- Comprendre l'influence et la sensibilité des facteurs testés.
- Remarquer certains cas typiques de solutions de vente en ligne adaptées aux types de produits et à la situation de l'entreprise.
- Identifier les paramètres qui influencent le choix et la réussite de la solution e-business qui ne sont pas les caractéristiques même de la vente (marché, clientèle, investissements...)
- Savoir comment évaluer les résultats.

Après plusieurs ébauches le questionnaire a été réalisé à l'aide de l'outil inForm (<https://inform.epfl.ch/>) facilitant la rédaction de questionnaires en PHP.

Nous avons veillé pendant la rédaction à obtenir le questionnaire le moins fastidieux possible pour le sondé.

Il fallait donc qu'il soit pratique (utilisation instinctive, bonne présentation et compréhens-

ion aisée). Une aide pour certaines questions est notamment accessible sur une page HTML.

Voici les 5 catégories de questions et un résumé des information demandées :

Société : chiffre d'affaire et son évolution, domaine d'activité.

Clientèle : nombre et type de clients, leur localisation et typologie. Sélection des destinataires de la solution en ligne.

Coûts et objectifs : les objectifs stratégiques, le budget investi et son respect.

Catalogues et services : nombre, nature et prix des produits vendus par l'entreprise et sur internet. Critères de sélections, participation au chiffre d'affaire et adéquation avec le e-commerce des produits en ligne.

Services disponibles et avantages lors d'achats sur internet.

Résultats : recul, nombre et valeur des ordres, premiers résultats. Modification du comportement des clients (variabilité, moyenne de fréquence et de taille de commande).

Effets et modifications internes à l'entreprise.

Les 4 premières catégories nous renseignent sur le contexte (domaine d'activité, concurrence, moyens, caractéristiques du catalogue...) et la stratégie lors de la mise en place de la solution. La cinquième nous informe sur les résultats obtenus.

Ce questionnaire permet par exemple de mesurer les résultats en fonction des objectifs, du type de produits vendus, des services proposés.....