

RELATIONS CLIENTS

RELATIONS COLLABORATEURS

RELATIONS PARTENAIRES

RELATIONS ADMINISTRATION

Simplifier la gestion de la paie : les services de paie sur Internet

Gérer ses opérations bancaires : les services en ligne

Gérer sa fiscalité professionnelle : le compte fiscal unique en ligne

Développer son CA à l'export

Conquérir l'international avec Internet

Élargir sa zone de chalandise à l'international grâce à un site de commerce électronique est une promesse alléchante. Pour réussir, il convient de respecter quelques fondamentaux.

Les 15 millions de consommateurs français qui achètent en ligne ne vous suffisent plus ? Vous souhaitez partir à la conquête de nouveaux marchés à l'international ? Vous vous dites que votre boutique en ligne est potentiellement visible du monde entier ?

Une promesse alléchante

Effectivement, une boutique en ligne vous donne accès au marché mondial en quelques clics. L'offre de produits ou de services est accessible 7j/7, 24h/24 : toujours ouverte, votre boutique ne se préoccupe pas du décalage horaire. Avantage supplémentaire : des investissements limités éliminant les frais de locaux puisque vous n'avez pas à ouvrir de point de vente physique.

Des pièges à éviter

Cependant, pour développer votre chiffre d'affaires à l'export grâce à l'Internet il vous faudra éviter quelques pièges. L'inadéquation de l'offre au marché local est l'erreur la plus fréquente, souvent liée à une connaissance insuffisante des habitudes de consommation des autochtones. Autre écueil : ne pas inscrire sa stratégie export dans la durée : il s'agit alors de faire un « coup », d'agir par opportunité ou d'être présent de manière sporadique. Au final, la plupart des petites entreprises sous-estiment les frais d'accès à un marché à l'export.

Une approche par étapes successives

Alors comment réussir ? Sans doute en respectant quelques étapes indispensables. En premier lieu, il est fondamental de s'appuyer sur une stratégie d'entreprise solide. C'est la base de toute stratégie export. Mettre au point un plan d'action export permet ensuite de définir les priorités : quels sont les pays ou les zones géographiques à cibler ? Quelle est la taille exacte du marché ? À qui vais-je vendre mes produits ? Comment se différencier de la concurrence ? Quelles sont les spécificités locales ? En dernier lieu, il vous faudra définir un plan d'action e-Commerce. En effet concevoir un site e-Commerce en plusieurs langues à la fois efficace et visible auprès des moteurs de recherche de chacun des pays ciblés ne s'improvise pas.

Olivier Marx ■

ON VA Y ALLER
DOUCEMENT...
ON VA COMMENCER
PAR NOGENT-LE-ROUOUI



TÉMOIGNAGE



Marie-Hélène LAVIROTTE, gérante (69)



“ Développer ruedeshommes.com à l'export ”

“ Je m'étais aperçue qu'il n'existait pas de site Internet généraliste multimarques dédié aux hommes. C'est pourquoi j'ai lancé www.ruedeshommes.com en janvier 2006. Pour l'instant le site cible des clients français, mais nous allons lancer progressivement des versions export. Nous souhaitons par exemple développer le nombre d'expatriés français utilisant le site (5% de notre CA environ). Il y a un vrai potentiel car peu de sites Internet existent à ce jour sur ce créneau. Cependant, je suis prudente avec l'export : optimiser

les frais de port, gérer la croissance, absorber la charge de travail importante pour rendre le site visible même si nous pratiquons beaucoup le bouche à oreille... tout cela nécessite beaucoup d'énergie pour une petite équipe comme ruedeshommes.com. Mais compte tenu des opportunités nouvelles offertes par Internet, notamment en termes de réduction de coûts (stockage, promotion, immobilier...),

notre croissance à l'export est vraiment devenue une réalité abordable.” ■