

1- Quelle est la différence entre les termes suivants ?

a- E-commerce et E-business (5+5 degrés )

- Le e-commerce se réfère seulement à la transaction de biens et services entre un acheteur et un vendeur (( vente à distance, ou encore
- e-business, quant à lui, fait référence à l'ensemble du processus à mettre en oeuvre afin de gérer un commerce en ligne.

b- "Pure Players" et "Click and mortar" (5+5 degrés )

- Pure players : entreprises qui ne vend ses produits ou services que sur Internet
- Click and mortar : entreprise qui possède à la fois un site Web de vente et des boutiques physiques

c- Commerce traditionnel et Commerce électronique. (11 degrés )

#### Commerce traditionnel

- Utilisation d'un support traditionnel (papier et autres matériaux physiques)
- Rencontre des acheteurs et des vendeurs sur un lieu physique (le marché)
- Rencontre physique entre les acheteurs et les vendeurs (sauf dans certains cas comme les ventes par catalogues
- Paiement par monnaie dans la majorité des cas
- Utilisation de liens postaux ou de transports de tout type, avec des contraintes de délai

#### e-commerce (commerce électronique)

- Utilisation d'un support informatique
- Lieu du commerce ou marché virtuel
- Réalisation des transactions par les acheteurs et les vendeurs à travers des liens informatiques
- Règlement par transactions numériques de compte à compte
- de Livraison instantanée par télécommunications

2- Répondez aux questions suivantes concernant la marketplace . .

a- Qu'est ce qu'une place de marché (marketplace) ? (5 degrés )

Une Marketplace (ou place de marché) électronique est un espace virtuel en ligne sur lequel se rencontrent acheteurs et vendeurs pour effectuer des transactions de biens et/ou de services.

b- Où se déroulent les transactions entre les acheteurs et les vendeurs? Sur la plateforme gérée par l'opérateur. (5 degrés )

c- Quel est le rôle de l'opérateur ? (5 degrés )

- Mettre en relation vendeurs et acheteur
- fournir un cadre de confiance, transparents et sécurisé pour les différentes parties.

d- Quelle sont les avantages et les limites de la marketplace facebook ? (10 degrés )

#### Avantages

- Filtrage des offres selon leur catégorie ou leur localisation,
- Lien facilité entre vendeurs et acheteurs par le biais de la messagerie Facebook,

- Transparence des profils acheteurs / vendeurs basée sur les profils publics.

### limites

- La relation entre particuliers, avec une vente de la main à la main, est privilégiée.
- La plateforme ne propose aucun support de paiement en ligne par exemple, ni de gestion des envois.
- Les professionnels n'ont pas de place spécifique sur la Marketplace, et les annonces ne sont pas liées à une boutique ouverte sur la page Facebook d'un professionnel par exemple.

3- Indiquez ce qui est correct en mettant ✓ et ce qui est faux en mettant × à côté de chaque réponse (2 degré pour chacune réponse = 44 degrés )

1- Le type de é-commerce B2B

- A- commerce entre entreprises et particuliers. ⇒⇒ ×
- B- l'ensemble d'architectures techniques et logicielles informatiques permettant de mettre en relation des entreprises. ⇒⇒ ✓
- C- il renvoie à la vente au grand public. ⇒⇒ ×
- D- l'objectif est la collaboration entre entreprises. ⇒⇒ ✓

2- Le type de é-commerce B2C

- A- les transactions électroniques entre les entreprises et les particuliers. ⇒⇒ ✓
- B- commerce entre particuliers. ⇒⇒ ×
- C- c'est un modèle dans lequel les consommateurs sont au service de l'entreprise en apportant un produit ou une prestation. ⇒⇒ ×
- D- système destiné à assurer les échanges entre les administrations d'un côté, et les entreprises et consommateurs de l'autre. ⇒⇒ ×

3- La préparation de l'entretien assure 80% de la vente et elle contient.

- A- faire des recherches sur le client, le produit, l'historique des relations, le marché. ⇒⇒ ✓
- B- définir les objectifs (qualitatifs, quantitatifs). ⇒⇒ ✓
- C- se doter des outils d'aide à la vente (liste de questions à poser, liste d'arguments à présenter, documentation commerciale). ⇒⇒ ✓

4- Les types des acteurs secondaires qui gravitent autour des marketplace sont:

- A- les vendeurs et les acheteurs ⇒⇒ ×
- B- les brokers/ comparateurs ⇒⇒ ✓
- C- les services de logistique ⇒⇒ ✓
- D- l'opérateur ⇒⇒ ×

5- Au cours d'une négociation, on doit construire l'argumentaire, parmi les méthodes utilisées, on trouve la méthode des CAP.

- A- qui consiste à citer dans un premier lieu une caractéristique puis la traduire en avantage et donner une preuve. ⇒⇒ ✓
- B- qui consiste à avancer une caractéristique préciser le plus qu'elle apporte puis souligner l'avantage par rapport à la préoccupation de l'acheteur. ⇒⇒ ×
- C- qui traite des objections en connaissant les préoccupations, les besoins, les centres d'intérêt du client. ⇒⇒ ×

6- Un client n'achète pas le prix d'un produit mais la valeur qu'il perçoit de ce produit. Cette valeur perçue est composée de:

- A- les caractéristiques du produit (techniques, commerciales, esthétique, qualité, durabilité, etc.) ⇒⇒ ✓
- B- l'utilité du produit par l'acheteur ⇒⇒ ✓
- C- les services apportés par l'entreprise qui vend ou qui fabrique le produit ⇒⇒ ✓
- D- la sympathie du vendeur et la confiance qu'il lui inspire ⇒⇒ ✓

Dr. YOUSEF Labib