

Après le e-commerce, le commerce connecté ? – janvier 2015

Des experts prédisent, à l'horizon 2020, une évolution du e-commerce actuel vers une forme de commerce alliant les avantages de l'achat en magasin et de l'achat en ligne. Voici à quoi pourrait ressembler le commerce demain.

Le commerce en ligne a de beaux jours devant lui. Tout comme le commerce traditionnel en boutiques et en magasins. C'est ce que prédisent les auteurs d'une étude prospective [Fevad - Étude "2020 : la fin du e-commerce... ou l'avènement du commerce connecté ?](#) réalisée par la Fevad, la fédération de la vente à distance, sur le façon dont le commerce pourrait évoluer au cours des prochaines années pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

Une dualité moins marquée entre commerce et e-commerce

Alors qu'aujourd'hui les commerçants en magasin et les professionnels du commerce en ligne sont en concurrence frontale, et que les consommateurs font une distinction nette entre les deux, les lignes devraient demain être moins marquées. « L'achat en ligne et l'achat magasin ne s'opposeront plus, estiment les auteurs de l'étude. Ils prendront les bons côtés du e-commerce : la recherche facilitée, le gain de temps, le fait de pouvoir commander 24 h sur 24, les avis clients... et ceux de l'achat de proximité dont la dimension humaine et physique restera primordiale ». Autrement dit le contact avec un vendeur, le conseil, le service client, la possibilité de voir les détails d'un produit, l'immédiateté de la possession, etc.

Des magasins connectés

Cette évolution ira de pair avec une transformation progressive des points de vente. « Les magasins physiques seront connectés aux sites de vente en ligne, ainsi que sur l'extérieur, indiquent les auteurs de l'étude. Ils seront digitalisés, et auront recours à un large éventail de technologies utilisant smartphones, écrans, bornes RFID, mobiletag... ». Ils seront bien plus qu'un simple lieu de vente : ils serviront aussi de show rooms, de points de retrait, d'espaces de service. Pour cela, les marchands physiques devront repenser en profondeur leurs points de vente, leurs fonctionnalités,

et les mettre en cohérence avec leurs sites marchands. Ce sera l'ère du commerce « connecté ».

La notion de service va devenir capitale

Aujourd'hui, si l'on fait ses courses en ligne, c'est d'abord parce que c'est moins cher. Demain, la donne va changer, notamment à la faveur de l'arrivée massive des marques sur le terrain de la vente en ligne. Pour ne pas pénaliser leur propre réseau de boutiques et de distributeurs, ces marques seront contraintes de maintenir leurs prix sur les sites de vente en ligne. « Il faudra trouver d'autres arguments que le prix pour attirer les internautes », prédisent les auteurs de l'étude.

Côté consommateurs, les comportements vont aussi évoluer. À l'avenir, le prix comptera toujours aux yeux des acheteurs en ligne, mais la dimension de service prendra une importance croissante. Les critères d'achat seront beaucoup plus variés. Ils tiendront compte des services proposés, de la richesse de l'offre, de la réputation du e-marchand... Le prix ne sera plus l'argument déterminant et la conquête du client se fera sur d'autres terrains : le conseil, le service, la relation client. Tout le monde aura sa carte à jouer, les magasins avec pignon sur rue comme les boutiques en ligne.