

BUREAU

Le Magazine

COMMERCES

Supplément gratuit • Ne peut être vendu séparément • Mensuel n° 100 • Septembre 2004



DOSSIER

AGENCEZ VOTRE MAGASIN

NOS RUBRIQUES...

- Les secrets d'un agencement réussi
- Dunkerque : la renaissance du centre-ville
- Protégez votre local des risques de vol et incendie
- Ouverture du magasin : faites votre publicité
- Développez votre activité avec Internet
- Fonds de commerce : nos conseils pour bien acheter

Venez
nous retrouver
au salon



Stand K 10

INCONTOURNABLE INTERNET

*Recherche d'informations, notoriété, vente de produits :
Internet change le quotidien de votre entreprise.
Mode d'emploi pour en tirer le meilleur parti.*

L'utilisation d'Internet devient une pratique de plus en plus courante dans notre société. Selon les derniers chiffres communiqués par l'institut Médiamétrie, plus de 23 millions de personnes se sont connectées en mars 2004, soit une hausse de 13 % par

rapport à mars 2003. Si la part des internautes augmente dans toutes les tranches d'âge de la population, ce sont les personnes âgées de plus de 50 ans qui sont les plus « accros ». Les internautes représentaient en effet 19,9 % de cette catégorie en 2003, soit un bond

de 34 % par rapport à 2002. Recherche d'informations, consultation de son compte bancaire, achat, les applications sont nombreuses. Le commerce électronique encore balbutiant progresse fortement chaque année. « *Aujourd'hui, nous sommes dans un environnement numérique* », analyse Jean-Claude Ermenault, directeur de l'Agoratech*. « *Quel que soit le secteur d'activité dans lequel évolue l'entreprise, cette dernière ne peut pas se permettre de ne pas être partie prenante d'Internet. Elle possède d'ailleurs une bonne carte à jouer pour se différencier de la grande distribution.* »

Un cordonnier très net

Tradition rime avec modernité à la maison Baltayan installée dans le II^e arrondissement lyonnais. Fondée en 1936, cette entreprise de cordonnerie de qualité a ouvert son site internet www.baltayan.fr le 1^{er} janvier 2003 sous l'impulsion du petit-fils du fondateur, Jean-Christophe Baltayan. « *J'ai ouvert ce site pour augmenter la notoriété de l'entreprise* », explique ce titulaire d'un MBA commerce international. « *Je voulais toucher une clientèle internationale.* » Au fil des pages, ce site présente le savoir-faire de la société qui utilise d'anciennes techniques prisées de nos jours, des produits comme les crèmes dédiées à l'entretien des chaussures mais aussi des ceintures. Des conseils sont



Le site de la maison Baltayan a ouvert le 1^{er} janvier 2003.

également en ligne, une rubrique stratégique. « *Ils sont très lus par les internautes qui viennent les relire lors de leurs visites suivantes* », analyse ce responsable qui compte d'ailleurs étoffer ces pages ainsi que celles consacrées aux produits. L'objectif final est d'inciter l'internaute à acheter des crèmes avant d'envoyer par la suite ses chaussures pour des travaux de ressemelage. Quelques ventes ont d'ailleurs été enregistrées récemment, comme cette commande de trois cents pots de crème effectuée par une entreprise japonaise possédant cinq magasins de luxe. « *Nous avons fait un joli petit chiffre d'affaires* », note Jean-Christophe Baltayan qui mise sur le long terme pour développer son activité *via* Internet.

Outre le volume d'activité, le trafic constaté sur son site est déjà très prometteur. 53 000 personnes avaient en effet consulté les pages en juillet 2004. Une affluence qui s'explique par la médiatisation soutenue du site de l'entreprise auprès de différents supports. Ce dernier est par exemple présent sur une dizaine de sites consacrés à la chaussure. Des articles de presse de magazine spécialisés ou grand public comme *Elle* lui ont été aussi consacrés.

également en ligne, une rubrique stratégique. « *Ils sont très lus par les internautes qui viennent les relire lors de leurs visites suivantes* », analyse ce responsable qui compte d'ailleurs étoffer ces pages ainsi que celles consacrées aux produits. L'objectif final est d'inciter l'internaute à acheter des crèmes avant d'envoyer par la suite ses chaussures pour des travaux de

Internet veille sur vous

De la veille concurrentielle au marketing électronique en passant par la création d'un site vitrine, les utilisations d'Internet sont nombreuses pour les commerçants pour qui la toile rime bien souvent avec site marchand. « *Internet permet au chef d'entreprise d'effectuer une veille informative en recueillant des informations sur des secteurs juridique, social,* explique Jean-Claude Ermenault. *Ces données lui permettent de l'aider dans son travail quotidien. Il faut en profiter car ces informations sont pour le moment gratuites. Il peut aussi exercer une veille concurrentielle et commerciale sur les leaders de son secteur d'activité.* »

Véritable mine d'informations, Internet est également un outil pour dialoguer avec ses clients. Après avoir récupéré leur adresse mail, le commerçant peut communiquer avec eux *via* la messagerie. « *Il ne s'agit pas de lui envoyer de la publicité. Il faut savoir sortir des sentiers battus*