

Peut-on encore inventer de nouveaux concepts dans l'e-commerce ?

Vers l'émergence d'un nouveau modèle : le « mall 2.0 »

Alors que la Fevad vient de publier les chiffres du E-Commerce 2014, quelles sont les tendances d'évolution du marché ? Le E-business change de visage. Que ce soit l'offre, les services ou les consommateurs; les attentes évoluent... alors quelles réponses leur apporter ?

Il est difficile de prévoir avec certitude à quoi ressemblera l'e-commerce de demain. Toutefois, à partir des enjeux et des perspectives actuels de ce secteur, ainsi que sur la base de certains fondamentaux qui demeurent immuables, il reste possible de dresser un portrait-robot de la plateforme type d'achat-vente en ligne, à l'horizon 2020.

Pour répondre aux préoccupations et aux besoins des e-commerçants, qui souhaitent trouver de **nouvelles sources de croissance, améliorer leur marge**, et bénéficier de surcroît d'un **niveau de sécurité élevé** sur les transactions réalisées, l'e-commerce de demain pourrait passer par une **solution globale et unifiée**, qui combinerait les avantages des marketplaces ET des petites annonces.

Une telle solution existe déjà : le « mall 2.0 ». Ce concept de **galerie marchande en ligne** - présent dans quelques pays comme les Etats-Unis ou la Chine mais **inédit en France – arrive enfin dans l'Hexagone !**

Ce « Temple de la Consommation 2.0 » dispose de **nombreux atouts** :

- Tous les e-commerçants (professionnels et/ou particuliers) peuvent exposer leurs produits ou leurs services, et réaliser tout type de transactions (vente, échange ou location), **sans commission, ni abonnement**. Fini donc le risque de voir sa marge grignotée par la plateforme de mise en relation !
- L'environnement a été pensé pour assurer un **niveau de sécurité élevé** aux utilisateurs.
- Comme un véritable centre commercial en ligne, les cyber-acheteurs bénéficient de la possibilité de découvrir un **vaste assortiment de produits**, distribués pour l'essentiel par des **enseignes de prestige**, ainsi que de profiter de **ventes évènementielles à prix dégriffés**, tout au long de l'année.

Faire ses courses dans une galerie marchande en ligne offre une **expérience d'achat-vente optimale et sécurisée**, répondant pleinement aux besoins des consommateurs, qui souhaitent bénéficier d'une meilleure optimisation de leur temps, et trouver dans un seul et même endroit un choix diversifié de boutiques pour effectuer tous leurs achats.

Le mall 2.0 se positionne d'ores et déjà comme **LA solution la plus efficace** pour répondre aux multiples défis de l'e-commerce d'aujourd'hui et de demain, à savoir :

- Comment permettre aux e-commerçants de tous horizons, qui sont déjà installés sur la toile, de trouver à moindre frais de nouvelles opportunités de croissance pour gagner de nouveaux clients, et améliorer ainsi la rentabilité de leur activité ?
- Comment contrebalancer la crise de confiance des consommateurs vis-à-vis des petits sites marchands, dont le nombre important pourrait entraîner, à court ou moyen terme, des retraits ou des évictions du marché ?
- Comment favoriser la digitalisation des petits commerces, notamment locaux, afin de leur permettre de bénéficier d'un levier important pour augmenter leur chiffre d'affaires ?

Le **regroupement d'opérateurs** au sein d'une plateforme unique d'achat/vente devrait constituer le grand enjeu de l'e-commerce de demain. Place de marché, site de petites annonces, ou galerie marchande en ligne ? La bataille ne fait sans doute que commencer !

Didier Majerowiez
Fondateur de Dealplaza.fr