

Merci à alice40180
membre du site
www.devenez-fonctionnaire.fr
pour le partage de sa copie



N° de candidat

--	--	--	--	--	--	--	--

Date de l'épreuve 05/10/15

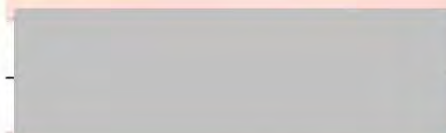
Nombre d'intercalaires



Partie dédiée au correcteur

- Note :

13,75



I) Répondez aux questions suivantes:

1) Stratégie multicanal: C'est une stratégie par laquelle les commerçants répondent aux attentes des consommateurs en leur proposant différents canaux d'achats: en magasin ou sur internet. Elle permet l'amélioration de l'expérience d'achat.

2) Certains secteurs sont particulièrement déstabilisés par le e-commerce. On compte parmi eux l'électronique, le multimédia, mais également le textile et l'hôtellerie. Ces secteurs sont déstabilisés pour plusieurs raisons. Tout d'abord, la puissance des plate-formes en ligne ne permet pas aux petits commerçants de dépasser le mur du clic. De plus, l'immense choix que propose internet, et les montants investis dans la publicité ne permettent pas la rivalité entre grandes et petites enseignes. Enfin, force est de constater que dans cet immense réseau, les concentrations sont favorisées, renforçant ainsi la puissance des géants d'internet.

3) Le commerce de détail porte sur la vente de produits ou de services aux particuliers, en magasin ou sur internet. Ce commerce est généralement appelé le "B to C".

4) définitions:

Réseau = Un ensemble de personnes, de magasins ou d'informations qui oeuvre dans le même sens.

Garde-fous = Une barrière imaginaire ou réelle permettant de limiter ou d'éviter les comportements à risque ou les dangers.

II Applications

1) a-

Année	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Montant en Md€	1,5	2,01	2,69	3,60	4,82	6,46	8,66	10,04	11,6

b. Détails des calculs: (en Md€)

pour 2003 = CA WEB 1999 x 10

$$0,15 \times 10$$

$$1,5$$

pour 2007 = CA WEB 2006 + $\frac{34 \times \text{CA WEB 2006}}{100}$

$$3,60 \times 1,34$$

$$4,82$$

pour 2010 = CA WEB 2009 + $\frac{16 \times \text{CA WEB 2009}}{100}$

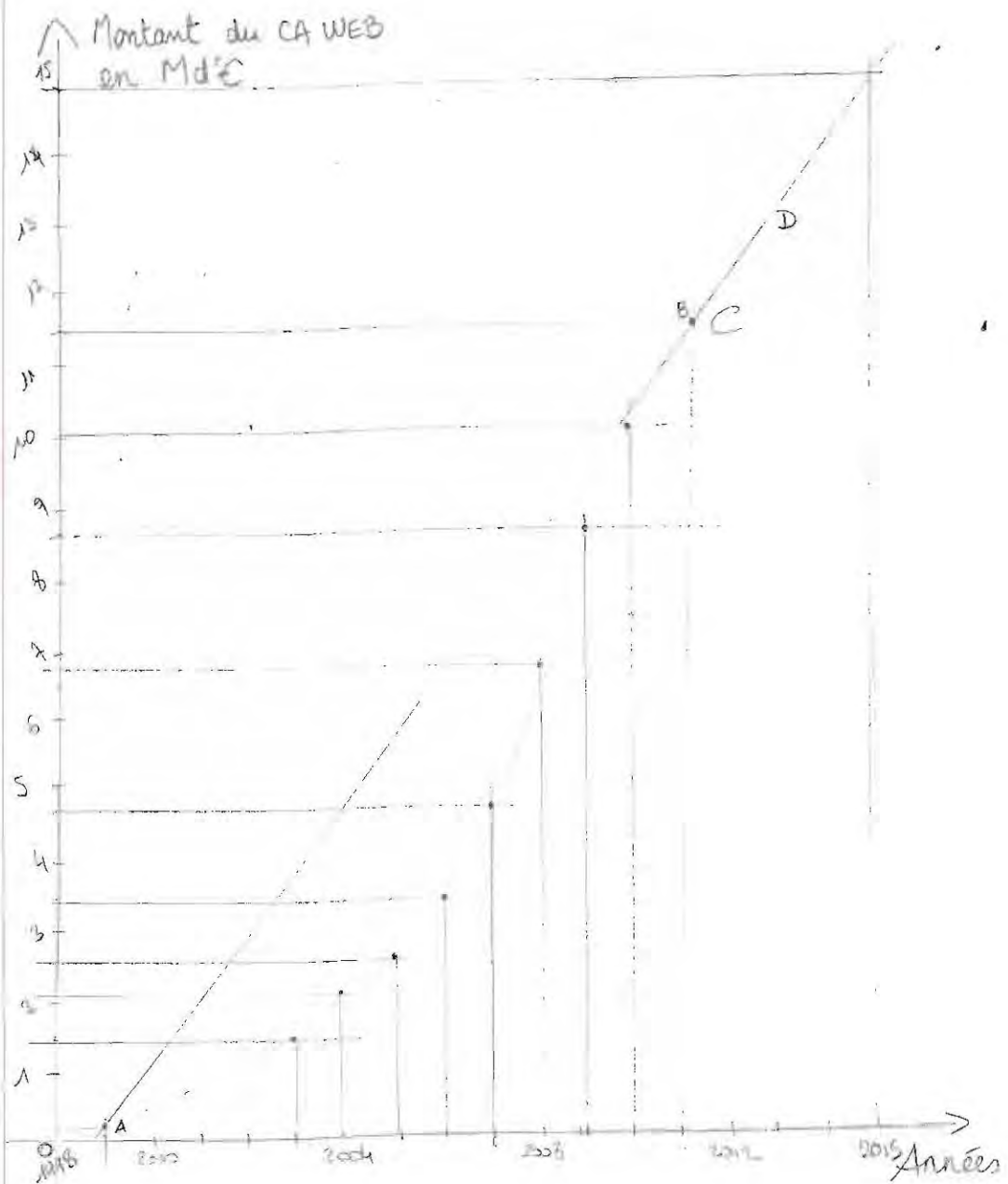
$$8,66 \times 1,16$$

$$10,04$$

2) a. En observant la courbe du CA WEB sur le repère orthogonal, nous pourrions dire que la croissance du CA WEB est exponentielle, avec une phase plus marquée à partir de 1999.

b. sur le graphique.

c. À partir de la lecture graphique, nous pourrions estimer que le CA WEB en 2015 sera de 15 Md€.



III Rédaction

Depuis quelques années, le commerce électronique, également nommé e-commerce fait partie intégrante de nos vies de consommateur. Nous verrons dans une première partie quelles sont les raisons de son succès. Puis nous présenterons des moyens pour renforcer la sécurité du consommateur.

Le succès du commerce électronique est en premier lieu dû à la démocratisation du réseau internet. L'accessibilité se fait désormais dans la majorité des foyers. Il faut ajouter que le nombre croissant de smartphones et de tablettes impacte énormément le e-commerce. En effet, il est très facile d'acheter sur le net : tout est disponible, à tout moment. Plus besoin de faire la queue aux caisses ou de se limiter aux horaires d'ouvertures des magasins. De la petite course au gros achat, tout se fait depuis son canapé, son bureau ou dans la rue.

Une autre raison du succès du e-commerce est le grand nombre de commerçants à notre disposition. Les achats sont possibles dans le monde entier et à moindre prix. En effet, il est aisé de comparer les prix et les niveaux de services, sans se déplacer. Les moteurs de recherches et plate-formes de comparaisons effectuent en quelques secondes des recherches qui nous aurait prit des heures.

Il faut cependant être vigilant à la sécurité du consommateur, qui publie notamment ses coordonnées bancaires lors d'un achat par exemple. Le paiement mobile est de nos jours une cause d'inquiétude pour la plupart des e-consommateurs. C'est pourquoi les banques rivalisent d'idées afin de nous sécuriser. Nous connaissons les portefeuilles électroniques, tels que Paypal, les e-cartes bleues à usage unique ou encore les codes de sécurité envoyés par SMS afin de valider un achat. Tout cela est mis en œuvre afin de nous protéger.

Mais les services gouvernementaux sont également là pour veiller sur nous. En effet des enquêtes sont régulièrement menées afin de vérifier la véracité des prix ou des réductions mentionnés sur les sites internet. Les commerçants sont rappelés à l'ordre et la législation leur est rappelée.

En moins d'une décennie, le schéma d'achat a largement évolué, et commerçants et consommateurs ont su s'adapter. Il semble évident que ces pratiques évolueront encore et que de nombreuses innovations verront le jour.