VENTE AUX ENCHÈRES ÉLECTRONIQUE ET CENTRES COMMERCIAUX VIRTUELS

Si vous exploitez une petite entreprise et que vous souhaitez vendre vos produits en ligne sans créer votre propre site de commerce électronique, cette brochure s'adresse à vous. Même si vous avez déjà votre propre site Web, vous pouvez la consulter pour savoir comment vous pouvez vendre (ou acheter) des produits et des services en ligne (p. ex., enchères électroniques). Les centres commerciaux virtuels, ou cybercommerces, où votre site figure dans une liste parmi d'autres sites, constituent également une solution.

Qu'est-ce que la vente aux enchères électronique?

Des personnes ou des entrepreneurs se retrouvent sur un site Web de vente aux enchères pour acheter et vendre des produits et des services. Les processus d'achat et de vente varient selon les sites; consultez-les afin de vous familiariser avec ces techniques. La plupart des sites de vente aux enchères électronique servent d'hôte pour d'autres entreprises ou personnes. En général, l'hôte du site Web structure le site, fournit et affiche des renseignements sur les produits ou les services et effectue le traitement du paiement en ligne. On inscrit le produit ou le service moyennant des frais ou une commission sur chaque vente réalisée.

À L'INTÉRIEUR

Qu'est-ce que la vente aux enchères électronique? 1

Pourquoi les petites entreprises ont-elles recours à la vente aux enchères électroniques?.....2

Comment se déroule la vente aux enchères électronique? 2

Types de vente aux enchères électroniques 3

Conseils aux acheteurs 4

Conseils aux vendeurs.....5

Conseils aux fournisseurs – Enchères inversées 6

Qu'est-ce qu'un centre commercial virtuel?.....7

Comment ces centres virtuels fonctionnent-ils? 7

Quelle est l'utilité des centres commerciaux virtuels pour les petites entreprises? 9

Y a-t-il des inconvénients? 9

Présenter et annoncer vos produits et services en ligne 10

Traitement du paiement 10

Conseils sur la protection des transactions en ligne 11

Tendances à venir 12

Sujets connexes traités dans d'autres brochures.....12

Exonération de responsabilité : La présente brochure est fournie à titre d'information seulement et ne constitue d'aucune façon un avis juridique, technique, commercial ou d'autre nature et son contenu ne doit pas être interprété en ce sens. Veuillez consulter un avocat ou un autre conseiller professionnel si vous désirez poser des questions sur les sujets traités dans la brochure. Le gouvernement de l'Ontario n'endosse aucun produit commercial, processus ou service auquel la présente brochure fait référence, ni aucun producteur ou fournisseur. Le gouvernement de l'Ontario ne formule aucune garantie implicite ou explicite, ni ne se porte garant de l'exactitude, de l'intégralité, de l'utilité ou de la communication en temps opportun de l'information contenue dans la présente brochure, y compris celle provenant d'autres serveurs auxquels renvoient les hyperliens. Toutes les adresses URL figurant dans la présente brochure renvoient à un site Web externe.

Ontario

EXEMPLES DE SITES WEB DE VENTE AUX ENCHÈRES INTERENTREPRISES

- http://fr.elance.com/
- www.biddingo.com (anglais seulement)
- www.Merx.com
- www.icriq.com/fr

EXEMPLES DE SITES WEB DE VENTE AUX ENCHÈRES ENTREPRISE-CONSOMMATEUR

- www.eBay.com (anglais seulement)
- www.uBid.com (anglais seulement)
- www.priceline.com
- www.groupon.com (anglais seulement)

Pourquoi les petites entreprises ont-elles recours à la vente aux enchères électroniques?

Vente

Si vous n'avez pas de site de commerce électronique, vous pouvez utiliser des sites de vente aux enchères électronique ou d'autres marchés en ligne pour vendre rapidement et facilement vos produits ou vos services aux consommateurs et à d'autres entreprises. Pour les propriétaires de petites entreprises, la vente aux enchères électronique peut constituer un moyen d'évaluer la réaction de leur marché potentiel. Les enchères électroniques sont un des moyens les moins coûteux de commercialiser vos produits et vos services. Elles constituent également un bon moyen de liquider les produits excédentaires ou démodés.

Si vous avez une petite entreprise ou une entreprise à domicile, ou si vous avez peu de produits à vendre, les enchères en ligne sont une bonne solution pour promouvoir vos produits et vos services et pour élargir vos activités.

Achat

La vente aux enchères en ligne est également utile parce qu'elle vous met en contact avec d'autres entreprises du monde qui vendent les produits ou les services dont vous avez besoin. Grâce aux enchères en ligne, vous avez accès à des renseignements sur plusieurs fournisseurs et vous pourriez être en mesure d'obtenir des produits ou des services à un prix plus bas que ceux offerts par le marché non virtuel. En outre, les ventes aux enchères en ligne peuvent faciliter et accélérer les transactions interentreprises.

Comment se déroule la vente aux enchères électronique?

La plupart du temps, le processus de vente aux enchères en ligne se déroule comme les enchères traditionnelles. En général, un acheteur renchérit sur d'autres acheteurs pour obtenir un produit ou un service particulier, et le plus offrant peut se procurer l'article au terme du processus.

Si vous voulez acheter un produit, vous pouvez explorer un site de vente aux enchères en ligne en examinant différentes catégories de produits, ou utiliser des mots clés qui décrivent ce que vous cherchez. Lorsque vous participez au processus d'achat du produit, la plupart des sites de vente aux enchères électronique peuvent renchérir à votre place (en réponse à d'autres mises), jusqu'à concurrence de la limite que vous avez déterminée d'avance. Par conséquent, vous n'avez pas besoin de vérifier sans cesse le site pour savoir si vous avez fait la meilleure offre ou pour renchérir.

Le vendeur, pour sa part, peut établir un prix minimal (le plus bas prix acceptable). Il peut également y avoir une limite temporelle aux enchères, au terme de laquelle le produit ou service ira à la personne qui aura fait la meilleure offre. Les sites de vente aux enchères électronique peuvent accepter des modes de paiement variés tels que la carte de crédit, les services de règlement en ligne comme PayPal ou Escrow, la carte bancaire, le chèque personnel, le chèque de banque ou le mandat. En général, les modes de paiement acceptés sont affichés sur le site Web.

GUIDES D'INITIATION

De nombreux sites Web de vente aux enchères comportent des guides qui permettent d'apprendre comment acheter ou vendre à l'aide du site.

Types de vente aux enchères électroniques

Il existe différents types de vente aux enchères électronique. Assurez-vous de bien comprendre le processus avant d'acheter ou de vendre.

Vente aux enchères électronique de personne à personne

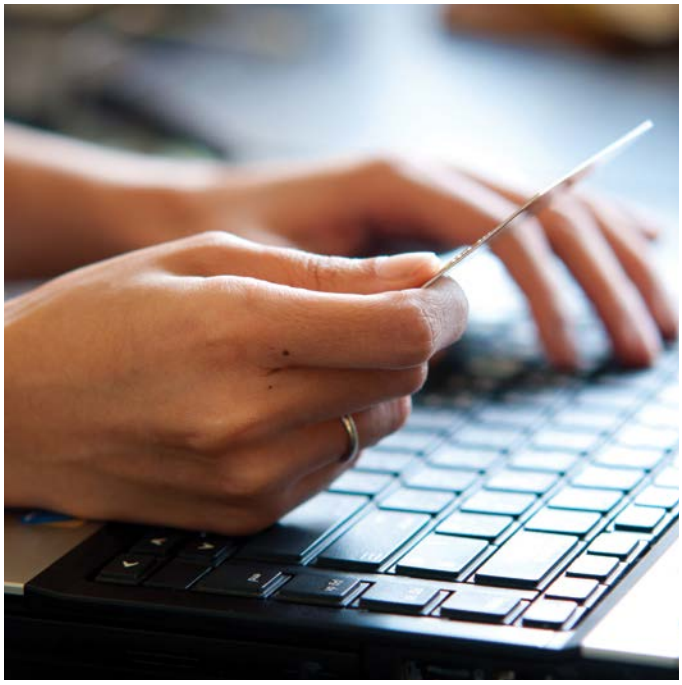
Dans la vente aux enchères électronique de personne à personne, des vendeurs individuels, y compris les propriétaires de petites entreprises, vendent leurs articles directement aux consommateurs et à d'autres acheteurs. Le vendeur est en possession du produit et il lui incombe de traiter directement avec l'acheteur en ce qui a trait aux modalités de paiement et de livraison.

Vente aux enchères électronique d'entreprise à personne

Dans ce type de vente aux enchères électronique, l'exploitant du site de vente aux enchères a la possession physique du produit offert. C'est lui qui organise le paiement du produit et sa livraison au nom du propriétaire.

Enchères électroniques inversées

Dans une vente aux enchères traditionnelle, l'acheteur renchérit sur d'autres acheteurs pour obtenir un produit ou un service particulier. Celui qui fait la meilleure offre peut alors acheter l'article. Dans une vente aux enchères inversée, l'acheteur suscite des offres de la part des vendeurs. Une vente aux enchères inversée a pour principal objectif de faire baisser les prix d'achat, car les vendeurs se font concurrence pour faire leurs



ventes. Les organismes de gestion des achats et des approvisionnements utilisent souvent les enchères inversées comme outil d'approvisionnement (approvisionnement interentreprises). Même si le processus de vente aux enchères inversée présente certaines difficultés (p. ex. l'acheteur peut dominer le processus), il comporte aussi un certain nombre d'avantages. Les voici :

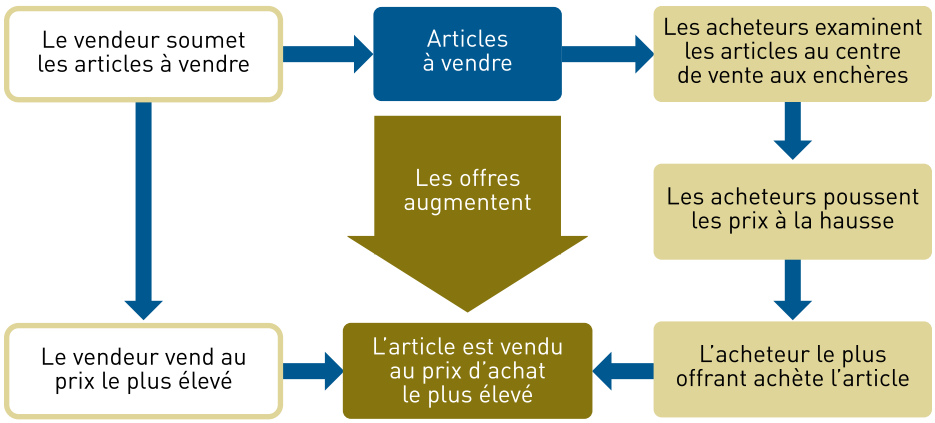
- Réduction du temps de négociation.
- Court cycle d'approvisionnement.
- Transparence accrue dans les offres concurrentes.

EXEMPLES DE SITES D'ENCHÈRES INVERSÉES SUR LE WEB :

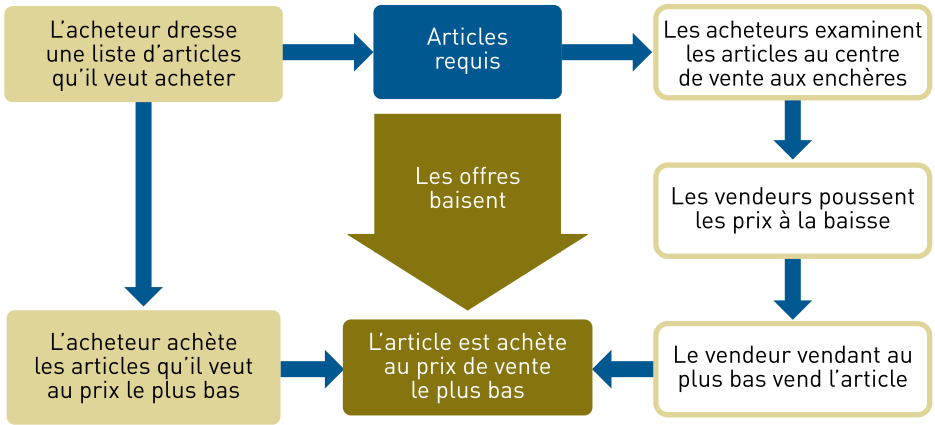
- www.oltiby.com (anglais seulement)
- www.reverseauctioncountdown.com (anglais seulement)

Les diagrammes ci-dessous présentent les principales différences entre les enchères traditionnelles et les enchères inversées.

Vente aux enchères traditionnelle



Vente aux enchères inverse



Conseils aux acheteurs

Voici certains éléments à considérer avant d'acheter par l'entremise d'enchères en ligne.

- Étudiez le déroulement de la vente aux enchères. Bon nombre de sites de vente aux enchères électronique offrent des guides d'initiation pour vous aider à utiliser le service. Vous pouvez également explorer le site pour voir ce qu'on y offre.
- Renseignez-vous sur ce que vous achetez. Lisez attentivement la description du produit. Savez-vous quels sont les éléments qui sont inclus et ceux qui sont exclus? Si vous hésitez par rapport à certains aspects du produit, posez la question au vendeur. Certains sites de vente aux enchères en ligne comportent une fonction « Demandez au vendeur » qui vous permet de vous renseigner sur le produit.
- Effectuez des recherches sur le produit. Quel est le prix de détail du produit ou son prix sur le marché? Jetez un coup d'œil à d'autres sites de vente aux enchères sur le Web ou aux sites Web des fabricants pour voir à quel prix on vend des articles similaires.

- Consultez la convention d'inscription. Si vous faites la meilleure offre, vous devez respecter les conditions de la convention. Est-ce que le vendeur effectue la livraison dans votre région? Quels sont les modes de paiement possibles? Le produit est-il assorti d'une garantie? Y a-t-il une politique de retour ou de remboursement? Gardez à l'esprit que les possibilités de retourner les articles ou de se faire rembourser peuvent être limitées.

- Examinez les solutions de paiement que vous envisagez d'utiliser ou qui sont disponibles. Quand on a recours aux services d'un tiers pour le traitement du paiement en ligne, les acheteurs tout autant que les vendeurs créent en général des comptes, ce qui leur permet de faire des paiements ou d'en accepter. Il arrive que les vendeurs n'aient pas besoin de créer un compte pour recevoir le paiement. La plupart des services de paiement en ligne imputent des frais au vendeur pour recevoir les fonds. Gardez à l'esprit que dans certaines circonstances, on peut renverser le paiement effectué par carte de crédit ou par l'intermédiaire de services de paiement en ligne (p. ex. quand le vendeur n'a pas expédié le produit). Dans certains cas, les services de paiement en ligne offrent aux acheteurs une protection si l'on ne livre pas la marchandise ou si les articles ne correspondent pas à la description de la vente aux enchères. En général, les utilisateurs de carte de crédit ont des droits relatifs au rejet de débit.

- Vérifiez si le site de vente aux enchères dispose d'un système d'analyse des données qui permet aux acheteurs et aux vendeurs de s'évaluer mutuellement. Vérifiez le taux de satisfaction lié au vendeur dont les produits vous intéressent. A-t-il bonne réputation?

- Déterminez si vous devez payer les frais de livraison et de manutention.

- Examinez les fonctions de protection contre la fraude et la politique de confidentialité du site Web. Les produits sont-ils assurés contre la fraude, les accidents durant le transport, etc.?

- Examinez les éléments de protection qui caractérisent différents modes de paiement. L'acheteur ne devrait pas effectuer de transferts bancaires (au moyen d'un transmetteur de fonds ou directement au compte de banque du vendeur) à moins de connaître le vendeur personnellement ou de pouvoir vérifier son identité. Sur certains sites de vente aux enchères électronique, le paiement par transfert bancaire est interdit.

- En ce qui a trait à l'achat de produits de valeur, l'acheteur devrait envisager de recourir à un service d'entiercement, ou acheter d'un vendeur cautionné ou assuré pour se protéger. Les services d'entiercement (dépositaires légaux) acceptent les paiements et retiennent les fonds de l'acheteur jusqu'à ce que celui-ci ait reçu et approuvé le produit. L'acheteur verse une redevance aux services d'entiercement électroniques. Avant de recourir à ce type de services, tant l'acheteur que le vendeur devraient s'assurer que l'entreprise qui les offre est légitime.

- Quand vous comptez sur le fait que le vendeur est cautionné, ou sur une assurance contre les fraudes, vérifiez la légitimité de la société de cautionnement ou de la compagnie d'assurance.

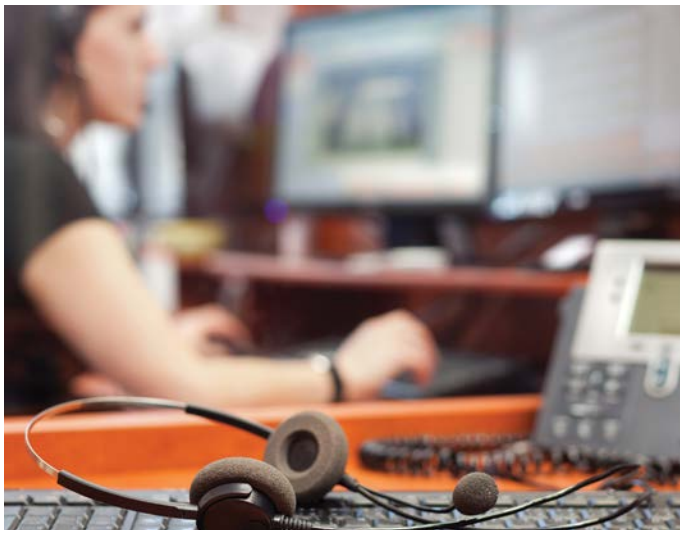
Source : Extrait adapté de On Guard Online, and Internet Auctions – What You Should Know Before You Buy or Sell. Australian Competition & Consumer Information.

Conseils aux vendeurs

Voici quelques conseils à suivre avant de vendre vos produits au moyen des enchères électroniques.

- Déterminez ce que vous voulez vendre. Vous pourries commencer par quelques articles seulement afin d'évaluer le déroulement du processus de ventes aux enchères.

- Consultez des sites de vente aux enchères électroniques. Examinez comment les vendeurs présentent et commercialisent leurs produits. Voyez comment ils procèdent pour l'emballage et la livraison. Vérifiez les conditions de la vente aux enchères.



- Tachez d'acheter vous-même quelque chose en ligne. Vous pourriez explorer les sites de vente aux enchères électronique et les examiner du point de vue de l'acheteur. Pensez à ce qui vous incite à acheter ou non un article. Le vendeur fournit-l suffisamment d'information sur le produit ou le service?

- Évaluez le site Web en ce qui a trait aux caractéristiques de sécurité et à l'efficacité des mécanismes de communication avec les personnes qui font une offre (si le site permet de consigner les mises d'un grand nombre de personnes).

- Tachez de déterminer si le site convient à votre produit ou service. Pouvez-vous utiliser ce site pour atteindre de nouveaux marches? Pouvez-vous utiliser la vente aux enchères pour liquider vos stocks?

- Choisissez un site de vente aux enchères réputé pour obtenir des prix élevés et pour attirer des clients potentiels.

- Renseignez-vous sur les règlements ayant trait à l'exportation. Si vous vendez des produits ou services par Internet a des personnes qui résident dans d'autres pays, il s'agit d'exportation. Consultez le site du gouvernement du Canada sur l'exportation pour en apprendre davantage sur les mécanismes qui s'y rapportent : Exportsource www.canadabusiness.ca/fra/page/2839. Si vous ne souhaitez pas accepter d'offres de personnes qui résident dans des pays étranger, vous devriez le mentionner dans vos conditions de vente.

- Renseignez-vous sur vos obligations légales. Assurez-vous de connaitre les exigences relatives à la protection du consommateur et a d'autres critères juridiques. La législation ayant trait à la protection du consommateur exige en général que le vendeur fournisse des renseignements clairs, y compris les particularités des biens et services offerts, les conditions de vente, les couts de livraison, les politiques en matinière de retour des marchandises et de remboursement, les modalités de livraison, le paiement. Le consommateur a également le droit de recevoir les biens et services dans les délais prévus. Consultez le site Web du gouvernement de l'Ontario pour connaitre les droits du consommateur contenus dans la *Loi sur la protection du consommateur de l'Ontario* : http://www.sse.gov.on.ca/mcs/documents/275072.pdf. Ces droits s'appliquent aux transactions en lingue.

- Décrivez clairement votre produit, en détail et avec précision. Avez-vous décrit votre produit et les conditions de vente en détail? Avez-vous songé au type de questions qu'un acheteur peut vous poser, et pris soin d'y répondre dans la description de votre produit? Vous perdez l'acheteur si vous ne fournissez pas suffisamment de détails.

- Déterminez la catégorie à laquelle appartient votre produit ou service. De cette façon les acheteurs le trouveront facilement.

- Examinez les couts d'emballage, de stockage et d'expédition au moment d'établir le prix de votre produit.

- Déterminez les solutions de paiement auxquelles vous souhaitez recourir ou qui sont disponibles.

- Adhérez aux principes d'un service à la clientèle de qualité. Le service à la clientèle de qualité est tout particulièrement important sur Internet – parce que les rapports sont plus impersonnels. Gardez également à l'esprit qu'une mauvaise évaluation peut nuire à vos ventes. Sur de nombreux sites de ventes aux enchères électroniques, il y a un system de notation du rendement du vendeur. Les membres à l'enchère ont recours à un profile ou à un mode d'appréciation. Répondez aux questions de vos clients le plus vite possible. Communiquez avec l'acheteur retenu dès que possible après la fermeture des enchères; confirmez le cout final, y compris le cout de livraison et les frais, et dites a l'acheteur ou il doit faire parvenir son paiement. Conservez les messages électroniques échanges avec le client.

Sources : Extrait adapté de http://www.onguardonline.gov et http://www.smallbusinessbc.ca

Conseils aux fournisseurs – Enchères inversées

Voici quelques éléments dont il faut tenir compte si vous prévoyez recourir aux enchères inversées pour vendre vos produits.

- Examinez le mode de fonctionnement des enchères et les pièges possibles.

- Examinez les conditions de la vente aux enchères afin de déterminer si elles sont acceptables ou non. Ces conditions devraient définir clairement, entre autres choses, en quoi consiste l'offre gagnante, et si l'acheteur peut diviser le contrat ou s'il est obligé d'accorder la totalité du contrat à la personne qui a fait la meilleure offre.
- Planifiez votre stratégie relative aux enchères.
- Déterminez les coûts du produit ou du service (pour éviter de perdre de l'argent).

Qu'est-ce qu'un centre commercial virtuel?

Un centre commercial virtuel (ou cybercentre commercial ou centre commercial en ligne) est un site Internet qui fonctionne sur le mode du centre commercial. On peut accéder à un vaste ensemble de vendeurs et de produits à partir d'un seul site Web. Certains centres commerciaux électroniques comportent un panier d'achat virtuel et un système de paiement communs à l'ensemble des vendeurs. Dans d'autres sites, les vendeurs ont davantage de contrôle sur les fonctions de commerce électronique, de paiement et de livraison.

Comment ces centres virtuels fonctionnent-ils?

En général, l'exploitant ou l'hôte du centre commercial virtuel exige le paiement de droits pour établir et maintenir le kiosque ou la boutique du marchand et pour inclure ses produits dans le catalogue. De plus, l'hôte peut exiger que le vendeur lui paie une redevance sur chaque vente ou chaque fois que quelqu'un clique sur un de ses produits.

Les frais de listage peuvent varier de 25 cents à 2 $ ou plus par produit. Les frais de parachèvement de la vente avarient de 1,25 à 5 %, habituellement en fonction du prix de l'article.

Les centres commerciaux virtuels ne sont pas tous exploités de la même façon. Pour certains sites pleinement intégrés, l'hôte assume le traitement du paiement et le catalogue du site tandis que dans d'autres cas, il incombe au marchand de veiller à l'apparence de la boutique et au traitement du paiement, et de s'occuper de la livraison et des remboursements.

En ce qui concerne les centres commerciaux virtuels plus intégrés, l'hôte peut également élaborer les profils des clients qui accèdent à ses magasins en ligne. Cette méthode permet de développer des centres commerciaux hautement spécialisés (c.-à-d. axés sur des créneaux de marché particuliers).

EXEMPLES DE CENTRES COMMERCIAUX VIRTUELS TRÈS FRÉQUENTÉS

Amazon www.amazon.ca	
Ce que vous pouvez acheter ou vendre	**Pour en savoir plus**
Amazon.ca est un site Web de magasinage en ligne. À l'origine, Amazon vendait surtout des livres, mais vend maintenant un grand éventail de produits, y compris des appareils électroniques, des produits pour bébés, du matériel extérieur, des outils et bien plus.	Amazon garde les produits de ses fournisseurs dans de grands entrepôts situés partout dans le monde. La compagnie les emballe et les expédie directement aux clients. Elle offre aussi à ses clients en ligne un service à la clientèle. Aux marchands, Amazon offre deux types de régimes de vente : le premier comprend des frais d'abonnement mensuels (pour les entreprises qui prévoient vendre plus de 20 articles par mois) et le second, des frais par article (pour les plus petits fournisseurs). Pour en savoir plus, voir la page d'Amazon.ca sur la vente : http://www.amazon.ca/gp/seller-account/mm-product-page.html?ie=UTF8&ld=AZFooterSOA&topic=200341890 (anglais seulement)

Etsy www.etsy.com (anglais seulement)	
Ce que vous pouvez acheter ou vendre	**Pour en savoir plus**
Etsy permet aux marchands de vendre des articles fabriqués à la main. On y trouve également des produits manufacturés pour la fabrication d'objets d'artisanat, et des articles anciens (ayant 20 ans d'âge ou plus).	Le site Web Etsy vous indique quoi faire et quoi ne pas faire : http://www.etsy.com/dosdonts.php#a4

eCRATER www.ecrater.com (anglais seulement)	
Ce que vous pouvez acheter ou vendre	**Pour en savoir plus**
On y vend un vaste ensemble de produits, par exemple : antiquités, objets d'art, fournitures de bureau et fournitures industrielles, articles électroniques grand public, vêtements et chaussures, objets d'artisanat, produits de santé et de soins personnels, outils et quincaillerie générale, jouets, jeux et articles de loisirs.	Il s'agit d'un cybermarché gratuit et, en plus, d'un constructeur gratuit de site Web de commerce électronique. Quand les vendeurs s'inscrivent auprès d'eCRATER, ils reçoivent des modèles de magasin en ligne gratuits qu'ils peuvent personnaliser. En outre, tous les produits sont ajoutés à la liste du cybermarché gratuit du site. Les vendeurs ont aussi accès à l'affichage Web gratuit, à un sous-domaine et à un outil d'administration qui leur permet de gérer leurs magasins électroniques gratuits. Tous les produits sont de plus affichés sur Google Product Search. Comme on l'indique sur le site, eCRATER est gratuit. Toutefois, le vendeur peut choisir de payer des frais de publicité pour annoncer ses produits afin qu'ils arrivent en tête dans les catégories de produits pertinentes. Pour en savoir plus, consultez les pages d'aide (Facts and Questions) : http://www.ecrater.com/help.php

Shoptoit http://fr.shoptoit.ca	
Ce que vous pouvez acheter ou vendre	**Pour en savoir plus**
Le plus ancien et le plus important moteur de recherche de magasinage bilingue du Canada qui soit conçu pour les clients canadiens. On y vend un grand éventail de produits, y compris des articles pour la maison et le jardin, des vêtements, des articles de sport et des produits de beauté.	Les clients éventuels qui cherchent des produits sur la page d'accueil de Shoptoit sont renvoyés aux magasins en ligne de diverses compagnies. Par conséquent, la valeur de Shoptoit.ca pour les vendeurs réside essentiellement dans sa capacité de guider le trafic vers leur site de commerce électronique. Les vendeurs paient selon le nombre de clics sur leur site. Outre les produits, les vendeurs peuvent aussi annoncer des promotions, afficher des dépliants, offrir des conseils de magasinage et indiquer les emplacements de leurs magasins. Visitez le site de Shoptoit pour en savoir plus sur la façon de faire partie de son réseau de magasinage : http://fr.shoptoit.ca/ss/static/fr/adv_productlistingprogram.shtml

Shopping at Yahoo! www.shopping.yahoo.com (anglais seulement) ou http://yahoo.shoptoit.ca (Yahoo! Canada Shopping – anglais seulement)	
Ce que vous pouvez acheter ou vendre	**Pour en savoir plus**
On y vend un large éventail de produits tels que des vêtements et accessoires, du matériel électronique, des ordinateurs, des produits de santé, des jeux vidéo, des outils et bien d'autres choses.	« Yahoo! Product Submit » est un programme de paiement au rendement qui permet l'inclusion de produits sur « Yahoo! Product Search » et les pages de produits Yahoo! Le programme est fondé sur un prix au clic qui varie selon la catégorie dans « Yahoo! Shopping ». Le vendeur paie quand le consommateur clique sur son produit. On peut également inclure ses produits dans « Yahoo! Shopping » en s'inscrivant à « Yahoo! Merchant Solutions ». Cela permet au marchand de créer et de gérer son magasin en ligne. Pour en savoir plus, consultez les pages d'aide du site Web de Yahoo : http://help.yahoo.com/l/us/yahoo/shopping

Quelle est l'utilité des centres commerciaux virtuels pour les petites entreprises?

Les centres commerciaux virtuels peuvent vous donner accès à un marché plus grand, à peu de frais. Il s'agit également d'un bon moyen d'annoncer vos produits et services sur le Web. Dans l'optique de l'acheteur, les centres commerciaux virtuels permettent de comparer les produits sans devoir multiplier les démarches.

Gardez à l'esprit que les centres commerciaux virtuels se fondent sur le modèle des magasins de détail, et ils constituent à court terme l'une des façons les plus simples d'établir votre site de commerce électronique. Grâce à eux, vous n'avez pas à vous soucier de mettre sur pied un site de cybercommerce. Ils peuvent attirer des clients qui, autrement, ne trouveraient peut-être pas votre site Web. Il s'agit d'une solution peu risquée et peu coûteuse pour éprouver en ligne vos produits. Si vous parvenez à asseoir la réputation de votre entreprise en ligne, vous pourriez alors envisager d'autres solutions telles que votre propre magasin électronique.

Y a-t-il des inconvénients?

Les centres commerciaux virtuels pourraient ne pas constituer la solution idéale si vous souhaitez que votre entreprise se démarque. Même si on a lancé un bon nombre de centres commerciaux sur le Web au cours des dernières années, beaucoup échouent dans les deux ans qui suivent leur création. Les entrepreneurs doivent évaluer avec soin si le recours à un cybercentre commercial d'un type particulier leur convient.

Présenter et annoncer vos produits et services en ligne

Voici la liste des éléments que vous devez vérifier lorsque vous présentez et annoncez vos produits et services sur un site de vente aux enchères ou sur le site Web d'un centre commercial virtuel.

- Avez-vous affiché des photos des produits? Étant donné que les gens ne peuvent pas les voir directement, les photos ont beaucoup d'importance. Si vous songez à prendre vous-même des photos, il existe des guides d'initiation en ligne.
- Avez-vous proposé une description du produit ou du service?
- Assurez-vous qu'il est facile de trouver votre produit ou service. En ce qui a trait aux enchères sur Internet, veillez à classer votre produit ou service dans la catégorie appropriée afin qu'on puisse le trouver. Pour les centres commerciaux en ligne, faites en sorte que les titres désignent vos produits (p. ex., ordinateur, fournitures de bureau). Les étiquettes devraient également comporter les renseignements les plus pertinents concernant votre produit (couleur, taille, type, état, etc.).
- Les renseignements concernant le produit ou le service sont-ils exacts et clairs?
- Offrez-vous suffisamment de détails sur le produit pour permettre aux acheteurs de faire un choix éclairé? Par exemple, avez-vous indiqué le nom du produit, le modèle, la taille, le fabricant, la couleur et d'autres renseignements utiles?
- Avez-vous fourni des détails sur la garantie et la politique de retour des articles, et indiqué qui assume les coûts de livraison ou les frais de restockage si l'article est retourné?
- Avez-vous joint l'adresse URL de votre site Web à vos coordonnées? Vous pouvez inclure votre URL dans votre signature électronique. Cela aura pour effet d'accroître votre crédibilité et d'attirer plus de gens sur votre site Web.
- Avez-vous informé vos clients potentiels que vous assurez le suivi, le cas échéant? Sinon, avez-vous indiqué où il faut s'adresser pour obtenir un service de suivi?

Traitement du paiement

Le traitement du paiement incombe souvent au vendeur sur de nombreux sites Web de vente aux enchères et de centre commercial virtuel. Voici les options de paiement :

1. les systèmes de paiement par l'entremise de sociétés spécialisées;
2. la carte de crédit;
3. le chèque personnel, le chèque de banque et le mandat.

L'acheteur ou le vendeur qui utilise le service de paiement en ligne offert par une société spécialisée, en ce qui a trait à des transactions liées à une vente aux enchères ou effectuées dans des centres commerciaux virtuels, doit habituellement créer un compte qui lui permet de faire un paiement ou de le recevoir. La plupart des sociétés de paiement en ligne imputeront des frais au vendeur en échange de leurs services (recevoir des fonds d'un compte et les transférer dans un autre).

Si votre entreprise choisit d'offrir le paiement par carte de crédit, prenez le temps de faire des recherches et de trouver un fournisseur de traitement de cartes de crédit. Vous devez absolument lire attentivement les conditions du contrat pour éviter d'avoir à payer des frais imprévus plus tard. Par exemple, beaucoup d'entreprises font l'erreur de conclure un contrat sans savoir qu'elles paient un taux sur les transactions par carte de crédit qui varie selon le type de carte. Le marchand se retrouve alors avec des coûts imprévus.

Parallèlement, il importe de choisir un fournisseur de traitement qui répond aux besoins de votre entreprise. Par exemple, si vous avez une entreprise mobile, certains fournisseurs, comme Square, Google Wallet et PayPal, vous permettent de faire ou d'accepter des paiements par carte de crédit avec un téléphone intelligent et un lecteur de carte mobile.

Source : www.shopify.com/blog/4378162-4-serious-mistakes-business-owners-make-with-their-credit-card-processor#axzz2H9z3As7C (anglais seulement)

Selon Wikipedia (www.wikipedia.org), PayPal (www.paypal.com) est l'entreprise spécialisée dans le traitement des paiements en ligne qui connaît la plus grande popularité.

Selon www.canadaone.com, les petites entreprises ont recours aux systèmes d'organisations telles que PayPal (www.paypal.com), CCNow (www.ccnow.com), PsiGate (www.Psigate.com), Beanstream (www.beanstream.com) et InternetSecure (www.internetsecure.com).

Acheteurs et vendeurs – Ce dont vous devez tenir compte au moment de choisir un mode de paiement :

- **Les coûts liés au mode de paiement**
  - Ces coûts peuvent inclure les frais de transaction, les frais de mise en route et les frais mensuels.
  - Prenez le temps de comprendre les différentes caractéristiques de chaque solution et le modèle d'établissement des prix.
  - Les comptes des marchands sont assortis de caractéristiques et de frais différents.
  - Quels sont les frais associés aux transactions frauduleuses?
- **Confidentialité des données de la transaction**
  - Vérifiez la politique du fournisseur de services en ce qui a trait à la divulgation et à la communication de renseignements.
- **Protection contre les fraudes**
  - Examinez les outils de protection contre les fraudes. Les comptes de commerçant comportent en général un certain nombre de filtres adaptables de protection contre les fraudes, qui déterminent et retracent les transactions suspectes. La transaction peut être mise en attente pendant que la banque signale à l'entreprise les activités suspectes.
- **Responsabilité**
  - À qui impute la responsabilité des dommages advenant un problème?

Conseils sur la protection des transactions en ligne

Lorsqu'il s'agit de faire des transactions en ligne, l'acheteur et le vendeur devraient tenir compte des conseils suivants :

- **Vérifiez s'il est possible de renverser les paiements.** Il est possible de renverser le paiement par carte de crédit. Gardez à l'esprit que les utilisateurs de cartes de crédit ont en général des droits liés au rejet de débit. Certains services de paiement en ligne offrent aux acheteurs une protection quand les marchandises ne sont pas livrées ou qu'elles ne correspondent pas à la description fournie au moment des enchères ou dans le centre commercial virtuel.
- **Examinez les conditions du paiement en ligne ou du service d'entiercement.** Avant d'accepter d'utiliser des services de paiement en ligne ou d'entiercement, lisez les conditions de l'accord. S'il s'agit de services de paiement en ligne, le vendeur doit se renseigner pour savoir qui est responsable du paiement en cas de rejet de débit lié à une carte de crédit ou de demande de renversement de la transaction.
- **Examinez la politique de confidentialité des services en ce qui a trait au mode de paiement, et les mesures de sécurité.** À titre de vendeur, vous ne devriez jamais divulguer de renseignements financiers ou personnels, à moins de connaître la raison pour laquelle on les recueille, et comment on entend les utiliser et les protéger.
- **Vérifiez la légitimité des chèques ou mandats.** Le vendeur doit s'assurer que les chèques et mandats reçus des acheteurs ont été émis de façon légitime avant d'expédier les biens.
- **Le vendeur doit imputer le montant de la vente à la carte de crédit seulement après avoir expédié le produit.** Le vendeur qui accepte directement les paiements par carte de crédit ne doit imputer le montant de la vente à la carte de crédit qu'après avoir expédié le produit.

- **Vérifiez la légitimité du service d'entiercement ou de paiement en ligne, surtout si vous ne le connaissez pas.** Si un acheteur insiste pour avoir recours à un service d'entiercement ou à un service de paiement en ligne en particulier dont vous n'avez jamais entendu parler, renseignez-vous à son sujet en consultant son site Web ou en composant le numéro de téléphone de son service à la clientèle. Si ce numéro n'existe pas, ou si vous téléphonez sans jamais joindre qui que ce soit, n'utilisez pas ce service. Si l'on prétend dans ce service avoir une affiliation avec un organisme gouvernemental, il s'agit vraisemblablement d'une fraude. N'ayez pas recours à un service d'entiercement en ligne qui n'effectue pas lui-même le traitement de ses propres transactions, mais qui vous demande d'établir des comptes auprès de services de paiement en ligne. Les services d'entiercement légitimes ne procèdent jamais de cette façon.

Tendances à venir

Les ventes aux enchères en ligne et les centres commerciaux virtuels sont de bons outils pour les entreprises qui souhaitent vendre leurs produits et leurs services en ligne. La facilité et la commodité qu'offrent ces services en ligne aux vendeurs et aux acheteurs font en sorte qu'ils continueront de jouer un rôle important à l'avenir.

Les compagnies de commerce électronique comme eBay créent des modèles de magasinage en ligne plus sophistiqués qui offrent une expérience plus personnalisée et plus sociale à l'utilisateur. Par exemple, en 2012 eBay a lancé une nouvelle page d'accueil qui permet aux utilisateurs de personnaliser leur page selon leurs intérêts et leurs préférences d'achat. Au lieu d'avoir à chercher des produits particuliers, les utilisateurs peuvent adapter un fil personnalisé et consulter une collection de nouveaux articles à chaque visite. À mesure que la popularité de ces modèles de commerce social croîtra et que d'autres sites de vente aux enchères et d'autres centres commerciaux virtuels les adopteront, les consommateurs et les entreprises feront encore plus souvent leurs achats et leurs ventes en ligne.

Source : http://allthingsd.com/20121012/what-is-mobile-commerce-ebay-takes-a-stab-with-its-new-site-redesign (anglais seulement)

Sujets connexes traités dans d'autres brochures

- *Commerce électronique : acheter et vendre en ligne*
- *Sources de renseignements en ligne sur le commerce électronique*

Pour consulter ou télécharger ces brochures, visitez ontario.ca/affaireselectroniques.

Pour de plus amples renseignements :

Téléphone : (416) 314-2526
Télécopieur : (416) 325-6538
Courriel : E-Business@ontario.ca

Cette publication fait partie de la **Trousse d'outils sur les affaires électroniques**, qui comprend une série de brochures portant sur des notions avancées d'affaires électroniques et un guide d'initiation intitulé *Comment profiter des affaires électroniques*. Vous trouverez cette trousse à ontario.ca/affaireselectroniques.

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2013