

M-COMMERCE, LE DÉBUT D'UNE NOUVELLE ÈRE ?

A l'image du succès fulgurant de l'AppStore d'Apple, le m-commerce ou mobile commerce suscite de nouveaux comportements d'achat en ligne.

Arrivé à la gare à la dernière minute, je saute directement dans le train. Je n'ai pas eu le temps d'acheter un billet au guichet, je l'achète en trois clics sur mon mobile et présente au contrôleur un tag numérique, sorte de dessin tribal affiché sur mon écran, comme preuve d'achat. Ce scénario semble directement sorti d'un dernier film d'anticipation d'Hollywood et pourtant cette démarche est aujourd'hui à la portée de n'importe qui. Plus avant-gardistes qu'on ne les avait connus jusqu'alors, les CFF ont en effet sorti, il y a maintenant quelques mois, une application iPhone qui permet –outre la traditionnelle consultation des horaires– d'acheter directement ses billets. A l'image des CFF, de nombreux signaux économiques montrent une montée en puissance du

m-commerce dans l'ensemble de la société. Le lancement de l'iPhone d'Apple a tout d'abord démocratisé le concept de l'Internet mobile en offrant à l'utilisateur un navigateur Web de qualité. Puis le jackpot commercial de l'Appstore (le shop d'applications d'Apple) a sensibilisé les acteurs du marché sur le potentiel du m-commerce. Enfin, l'avènement d'abonnements mobiles incluant des forfaits « Internet » a permis au plus grand nombre de surfer via un téléphone sans crainte pour le porte-monnaie.

Le potentiel réel du m-commerce est aujourd'hui pourtant loin d'être totalement maîtrisé car celui-ci n'est pas seulement une alternative au e-commerce traditionnel mais permet la mise en place de nouveaux business models.

Selon une étude publiée par le *Journal du Net*, 57% des m-acheteurs sont en réalité des acheteuses, petite révolution dans le



domaine du commerce électronique que l'on croyait profondément macho. Plus personnel, plus instantané, plus instinctif, le mobile semble être un média en phase avec les comportements d'achat des consommatrices.

Le m-commerce permet ainsi de générer des achats impulsifs. Une publicité pour une paire de chaussures me tape à l'œil sur une affiche, je la prends en photo et mon

téléphone me fait accéder directement au shop sur lequel il sera possible de l'acheter en trois clics. Le m-commerce fait ainsi passer le commerce électronique de l'achat programmé à l'achat coup de cœur et contribue à rendre ce support plus émotionnel et donc plus attractif.

Stéphane Grivat
WnG Solutions
www.wng.ch

LE GRI PARTICIPE À LA CITÉ DES MÉTIERS

Le but de cette manifestation est de permettre aux jeunes de trouver l'essentiel de l'information et des conseils en matière d'orientation, de formation, d'aide financière, de formation continue, d'insertion et d'emploi. Le GRI y participe pour la première fois.

Cette année, cette manifestation se déroulera du 24 au 29.11 à Palexpo.

Pour plus d'informations: www.citedesmetiers.ch

Nous présenterons le programme suivant:

- Démonstrations
 - iPhone et ses aspects
 - Technologies du futur chez HP
 - Robotique, présence d'un robot de Bluebotics
 - Roadshow 80m²
- Ateliers pratiques
 - Démontage d'un ordinateur avec l'aide de l'IFAGE.
 - Création d'objets en 3D
 - HES ateliers

Les entreprises suivantes seront présentes sur le stand du GRI:

- EPFL
- HEG
- Université de Genève
- Roadshow
- Ifage
- CTI
- HP
- Bluebotics
- Université de Fribourg
- Netinfluence
- Hunziker Kal
- Microinformatic
- GSinfo

