



Commission e-Business

Groupe de travail BtoB

Plan d'actions 2009 – 2010

Stéphane Clarion, REXEL



3 propositions d'objectifs pour ces 2 ans

- 1) Aider les entreprises B2B à mieux vendre et mieux se faire connaître sur Internet
- 2) Aider les entreprises B2B à tirer parti du e-commerce pour accroître leur productivité
- 3) Aider les entreprises B2B à se benchmarker en e-commerce (indicateurs B2B)

2 types d'actions

1) Conférences-partage:

- Des intervenants / experts viennent plancher sur un sujet ou partager une expérience avec les participants. Présentation formelle mais discussion informelle.

2) Documents-référence:

- Support de présentation des conférences débats
- Fiches de synthèse & fiches pratiques.

I. Aider les entreprises B2B à mieux vendre et mieux se faire connaître sur Internet (1/3)

- ***Quelles sont les bonnes pratiques en e-commerce pour les entreprises en ligne en Europe ?***
 - Conférence juridique d'aujourd'hui :
 - impacts de la loi Châtel, la LME et la LCEN en B2B
 - Conférences-partage : Bonnes pratiques acquisition clients / génération de leads:
 - SEM / SEO / Media
 - Affiliation / Partage de bases en B2B
 - Conférences-partage: Bonnes pratiques SFA, MA

I. Aider les entreprises B2B à mieux vendre et mieux se faire connaître sur Internet (2/3)

- ***Quels sont les nouveaux intermédiaires inter-entreprises (Part II) ?***
 - *Conférence-partage* : présentation des acteurs facilitateurs / d'intermédiation en B2B:
 - Exemples d'intervenants: Companeo / Xupply.com / Ali Baba...
 - *Document* : publication de fiches pratiques sur les places de marché pour les entreprises

I. Aider les entreprises B2B à mieux vendre et mieux se faire connaître sur Internet (3/3)

- ***Panorama et évolution des moyens de paiement pour les sites B2B en France et en Europe***
 - *En collaboration avec le groupe de travail « Moyens de paiement »*
 - *Quelles sont les opportunités commerciales liées ?*

II. Aider les entreprises B2B à tirer parti du e-commerce pour accroître leur productivité

- **Opportunités liées à l'EDI et à la dématérialisation**
 - *Action de sensibilisation / vulgarisation sur la dématérialisation des documents avec leurs fournisseurs et clients B2B*
 - *Focus particulier sur la facture électronique / démat' de facture*
 - *En partenariat avec l'APECA et la CCIP*

- **Opportunités spécifiques liées à la signature électronique**
 - *Où en est-on ? Etat de l'art ?*
 - *Les opportunités pour les relations inter-entreprises*
 - *En partenariat avec l'APECA et la CCIP*

III. Aider les entreprises B2B à se benchmarker en e-commerce

- ***Constitution d'un Groupe de travail sur les « indicateurs » liés au e-commerce B2B:***
 - *Quelles sont les sources de données existantes sur le e-commerce B2B ?*
 - *Quels sont les indicateurs existants sur le e-commerce B2B ?*
 - *Comment les améliorer ?*
 - *Membres du Groupe de travail (non définitif): Groupement cartes bancaires, Paypal, PWC, Atos, APECA, CCIP, Rexel.*
 - *Liste non close : bienvenu !*

Gouvernance

- **Constitution d'un comité stratégique:**
 - Revoir les axes de travail
 - Valider le plan d'action à court terme
 - Fréquence de rencontres : trimestrielle

***Commentaires, réflexions, suggestions, volonté
de participer, idées, contacts, etc ?***

Gérard Ladoux, ladoux@acsel.asso.fr

Stéphane Clarion, sclarion@rexel.com