



Industrie
Canada

Industry
Canada

Faire des

affaires SM Internet



Gagner la confiance du consommateur

*Un guide à l'intention des
entrepreneurs de l'ère électronique*

Canada

Faire des affaires sur Internet

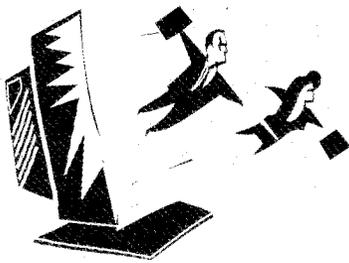
Gagner la confiance du consommateur

*Un guide à l'intention des
entrepreneurs de l'ère électronique*

Le rythme de croissance d'Internet est beaucoup plus rapide que celui des technologies antérieures. En effet, il n'aura fallu que quatre ans pour que 50 millions de personnes se branchent à Internet, tandis que la télévision a mis 13 ans à atteindre le même public.

Le nombre d'utilisateurs n'est toutefois pas un gage de succès. Lorsque vous ouvrirez boutique dans Internet, il faudra avant tout surmonter la réticence naturelle des abonnés à acheter des produits en direct. Un récent sondage a révélé que 80 p. 100 des internautes hésitent à acheter en direct chez un fournisseur inconnu, peu importe les aubaines annoncées. En fait, seuls 10 p. 100 des utilisateurs du Web ont acheté des produits par l'entremise d'Internet.





Une recherche faite pour le Bureau de la consommation d'Industrie Canada révèle que les abonnés s'inquiètent de quatre choses :

Fiabilité : est-ce que j'obtiendrai ce que je veux?

Recours : qu'arrivera-t-il en cas de problème?

Sécurité : aura-t-on accès à mon numéro de carte de crédit?

Protection des renseignements personnels : quels renseignements va-t-on recueillir sur moi et qui y aura accès?

Laissez les clients vérifier la marchandise

Pour dissiper les craintes des consommateurs, il faut savoir comment ceux-ci prennent leurs décisions. Les inquiétudes énumérées ci-dessus sont, après tout, chose courante dans le commerce et pas seulement dans Internet. Il peut arriver qu'un dentiste malhonnête perce une dent parfaitement saine, qu'un serveur copie le numéro de carte de crédit d'un client et qu'un dépanneur refuse de rembourser un produit de mauvaise qualité.

Cela dit, les consommateurs ne peuvent pas vérifier eux-mêmes l'intégrité d'une entreprise; ils s'en remettent donc à une série d'indices tels que l'apparence des locaux et la qualité du service prévente, avant de faire affaire avec vous.

Or, en direct, bon nombre de ces indices n'existent pas. Si vous ne faites rien pour combler ces lacunes, vous perdrez des ventes. Les clients ne pourront vous juger qu'à votre image de marque. Bravo si vous en avez une, sinon vous serez défavorisé.

Ce que veulent savoir les consommateurs

Voici les renseignements que vous devez afficher sur votre site pour que les clients soient à l'aise de faire affaire avec vous. À la page 7, vous verrez comment intégrer ces renseignements à votre site.

Renseignements sur vous et sur votre marchandise

Il faut avant tout que votre site permette aux clients de savoir avec qui ils font affaire. Il faut donc dire où est située votre entreprise et depuis combien de temps elle existe. La page Web type jointe à ce guide affiche bien en vue le nom de l'entreprise, son adresse ainsi que ses numéros de téléphone et de télécopieur. Il faut absolument donner au moins ces renseignements.

Vous devez également veiller à ce que les consommateurs obtiennent des renseignements précis et complets sur vos produits et services. Lorsqu'un consommateur voit un article en direct, il veut connaître sa taille, son poids, sa durabilité, les couleurs disponibles et ainsi de suite. Un client insatisfait coûte cher. Il appelle pour se plaindre. Il rend la marchandise. Il ne revient pas et il parle à son entourage.



Renseignements sur les conditions de vente

Le consommateur doit savoir que vous prendrez les mesures qui s'imposent si quelque chose ne va pas. Reprendrez-vous le produit ou le réparerez-vous à la demande du client? Vous devez énoncer clairement les conditions de vente et toutes les garanties, en utilisant le même niveau de langue que celui qui décrit vos produits ou services. La façon dont vous formulez ces politiques est particulièrement importante. Si vous utilisez tout à coup un jargon juridique pour expliquer votre garantie, les gens se méfieront.

Paiement protégé

Expliquez franchement votre système de paiement. Faites savoir au consommateur que vous avez un serveur sécurisé, et expliquez-lui comment il fonctionne et qui en est le fournisseur. Vous voudrez peut-être même afficher un lien à la page Web de la société responsable de la sécurité de votre serveur, pour que le client puisse se renseigner sur le système (voir la page Web type).

Offrez aussi un autre moyen de paiement aux personnes qui hésitent toujours à vous communiquer leur numéro de carte de crédit par voie électronique.

Nom de l'entreprise, adresse et personne-ressource

Conditions de vente

Paiement protégé

Renseignements sur les produits

Protection des renseignements personnels — Le bon de commande présente aussi un lien à la politique sur les listes d'envoi

Communiquez avec le marchand par courriel

MODÈLES

ACCESSOIRES

RETOURS

RÉPARATIONS

GARANTIES

SÉCURITÉ
Notre système de paiement protégé
Web Security Inc.

Bon de commande

Politique sur les listes d'envoi



Écrivez-nous!



2235 Wheeler Way
Halifax (Nouvelle-Écosse) Z3Z 1X1

Tél. : (902) 555-1849
Télec. : (902) 555-1293
1-800-000-0000

Courriel : betty@bettysbikes.ca

Nous en avons pour tous les goûts, des derniers vélos de montagne et hors piste aux vélos de promenade pour toute la famille. Nous offrons aussi un vaste éventail de pièces de qualité. Choisissez parmi de nombreuses marques de prestige ou commandez un vélo fabriqué sur mesure avec notre cadre en alliage de titane qui a remporté un prix.

Modèles

Accessoires

Quoi de neuf?

Protection des renseignements personnels

Si le consommateur décide d'acheter chez vous, il devra divulguer certains renseignements personnels tels que son adresse. Il se demandera peut-être si vous n'êtes pas en train de recueillir en cachette d'autres renseignements par l'entremise du fichier de témoins de votre navigateur Web. Si vous espérez gagner sa confiance et le fidéliser, vous devrez dissiper ses craintes, fondées ou non, en divulguant d'emblée les renseignements que vous allez recueillir, ce que vous allez en faire et ce que vous promettez de ne pas faire.

Si vous vendez votre liste de clients à d'autres entreprises, dites-le clairement et demandez la permission avant d'utiliser le nom et l'adresse du client. Vous devriez au moins laisser au client le choix de figurer ou non sur la liste.



Vous pouvez en savoir davantage en étudiant comment les entreprises présentes dans Internet s'y sont prises. Il existe également des professionnels spécialisés dans la conception de pages Web commerciales.

De plus, vous trouverez des renseignements utiles sur le site Web d'Industrie Canada, *Strategis* (<http://strategis.ic.gc.ca>).