



Raynette argumente pour aider les TPE à sauter le pas du commerce en ligne

Suite à la parution de l'étude OpinionWay* le 30 juin dernier, Raynette apporte quelques conseils aux entrepreneurs qui hésitent encore à se lancer sur la toile.

Nantes, le 23 juillet 2010 - Raynette, boutique e-commerce packagée ou à la carte, réagit aux obstacles révélés par l'étude OpinionWay réalisée pour PriceMinister et La Poste auprès de petites entreprises qui met en évidence la réticence des entreprises françaises à créer leur activité sur Internet.

D'après l'étude OpinionWay, 61% des entreprises non présentes sur Internet ne prévoient pas de lancer un site dans les 12 prochains mois. En France, les petites entreprises sont encore peu équipées en matière de site internet, vitrine ou e-commerce, et la réticence de certaines à franchir le pas vient notamment de la complexité à créer et à gérer un site, des compétences requises et des coûts engendrés.

Sébastien Joncheray, dirigeant de Raynette, estime que « *la période estivale, période d'accalmie au sein des entreprises, peut être le moment idéal pour se pencher sur un projet de création de site. Mais pour construire son site, il est important de considérer l'activité dans son ensemble afin de surmonter les obstacles mis en avant par l'étude OpinionWay.* »

Sébastien Joncheray, dirigeant de la plate-forme e-commerce Raynette

Sébastien Joncheray explique comment lever les freins liés à la création d'un site e-commerce :

- **Frein N°1 : le coût.** Posséder une boutique en ligne sur une plate-forme mutualisée comme Raynette, coûte moins cher qu'on ne le croit : environ 50 EUR HT/mois. De plus, recourir à une plate-forme e-commerce qui n'implique aucune durée d'engagement limite le risque financier.
- **Frein N° 2 : la complexité.** Certaines plates-formes e-commerce sont désormais accessibles à tous grâce à une prise en charge par le prestataire de toute la partie technique et par

l'assistance apportée. Un problème, un doute? L'assistance guide le e-commerçant ; l'obstacle est ainsi levé. Aucune compétence particulière en informatique n'est requise.

- **Frein N°3 : les compétences.** Tenir un site e-commerce n'est plus un problème de compétences. Tout le monde est capable de remplir une simple fiche produit (moins compliqué que de créer une facture sur Excel !). La plate-forme e-commerce se charge des opérations compliquées en interne (par exemple, redimensionner les images produits) pour simplifier la vie des e-commerçants. La question des compétences tient davantage à la peur de l'inconnu. Or, un prestataire e-commerce sérieux propose nécessairement une assistance répondant présent pour rassurer et orienter le e-commerçant.
- **Frein N°4 : la gestion.** La plupart des plates-formes e-commerce permettent une gestion simple et guidée du catalogue et du suivi des commandes. Une fois la première commande traitée avec l'aide de l'assistance, les suivantes ne posent plus problème.
- **En conclusion :** La peur de perdre est parfois plus forte que l'espoir de gagner. Il y a pourtant bien peu d'argent à perdre, et le gain qu'on peut tirer d'un site e-commerce est conséquent : plus de ventes et sans intermédiaire.
Peu à perdre, beaucoup à gagner... Les TPE françaises doivent donc se lancer sans hésitation dans le e-commerce. **Le e-commerce, c'est le commerce tout court du 21ème siècle.**

*Sondage réalisé par téléphone du 10 au 17 juin auprès de 500 entreprises de moins de 50 salariés dans le secteur du commerce et de l'industrie des biens de consommations.

A propos de RAYNETTE :

La société RAYNETTE, fondée en 1998 est spécialisée E-Commerce pour TPE/PME, et compte plus de 1700 clients.

RAYNETTE propose une solution de création/gestion de site e-commerce clé en main, incluant : hébergement du site équipé de la solution e-commerce Raynette, mises à jour régulières chaque mois, assistance, paiement CB.

Sans engagement de durée, sans frais d'installation, par abonnement mensuel à partir de 49 EUR HT/mois.

L'originalité de l'offre repose sur son concentré de technologie e-commerce et dans sa souplesse et son adéquation avec le besoin du e-commerçant : il choisit uniquement les modules qu'il souhaite pour que sa boutique réponde à son besoin, pour aboutir à un fonctionnement simple et à la carte. Chaque mois, il peut ajouter ou retirer des modules sans frais.

Les e-commerçants utilisant la solution e-commerce de Raynette ont des profils très variés, leur chiffre

d'affaires va de quelques centaines d'euros mensuels, à plusieurs millions d'euros par an.

Contact Presse :

Alexa PLENIER, Responsable Communication (presse@raynette.com, 02 51 13 21 78)

Web : <http://www.raynette.fr>

Espace presse : <http://www.raynette.fr/presse/>