

Analyse du cas Amazon.com

amazon.com.

Question: Quelles sont les caractéristiques du site qui démarquent Amazon des autres?

Fiche signalétique :

- Nom : Amazon. com
- Raison sociale : à l'origine librairie en ligne (16 millions d'articles)
- Date de création : 1995
- PDG et fondateur : Jeffrey Preston Bezos (l'ex- préféré de Wall Street)
- Chiffre d'affaire *: 1.2 milliards de dollars (Mary G. Meeker)
- Coûts fixes*(approximativement) : 56 millions de dollars
- Résultat de l'exercice 2001* : Perte de 125 millions de dollars
- Classement selon les adultes américains : 101 millions des individus reconnaissent Amazon comme le numéro un des noms de domaines contre 63 millions qui classent Ebay à la troisième position (Brand Institute)
- Prévisions de l'année 2003 : 13 milliards de dollars (Forrester Research Inc)
- Taux de répétition des achats : 66%
- Concurrents : Ebay, BN.com, Walmart et autres sites de ventes en ligne et magasins « traditionnels »



amazing person.com!

Amazon.com, la première société de commerce d'ouvrages (livres) en ligne offre aujourd'hui plus de 16 millions d'articles dont tous les livres, CD, DVD, vidéos, logiciels, Cd-rom, jeux vidéo,..., et même des livres usagés.

Cette offre diversifiée vient répondre en effet à un consommateur plus exigeant et plus paresseux désirant faire tous ses achats sur un même site. Afin d'éviter le phénomène du zapping, Amazone s'est dotée mise à part son offre, d'outils et de concepts faisant d'elle la marque la plus reconnue des ventes en ligne.

Dans cette optique et dès la première visualisation du site, un message de bienvenue vous invite à surfer et à faire vos emplettes.

L'offre est clairement définie et lisible, des services d'aide, de recherche, la consultation du compte personnel ainsi que plusieurs liens sont proposés. Ces caractéristiques infèrent au site une atmosphère conviviale, le rend accessible même aux novices et lui permet d'être en quelque sorte une plateforme pour avoir accès à tous les services mêmes non marchands.

De plus une amélioration continue du support Internet est garantie par les administrateurs. Par exemples, l'invention de la commande à un seul clic permet l'identification des numéros des cartes et adresses, dès le premier achat, et l'installation du software facilite la reconnaissance des achats antérieurs et propose, selon le profil de chaque consommateur, les articles plus ou moins répondant aux besoins.

L'offre est non seulement large mais internationale, on peut y accéder soit par le portail principal (.com) soit en passant par les sites locaux qu'Amazon crée dans les principales places de marché. (Amazon.com | Amazon.co.uk | Amazon.de | Amazon.co.jp | Amazon.fr)

Amazone propose ses produits à des prix fixes mais aussi dynamiques en empiétant sur l'activité de Ebay notamment par l'achat de LiveBid.com.

Cette dynamique permet de lui assurer de fortes marges de contribution et d'encourager le business to consumer) ceci avec l'appui de distributeurs spécialisés, ainsi qu'une garantie de livraison dans les 48 heures permettent de jouir d'un fort capital marque.



Une politique de prix agressive, des promotions, des services cadeaux et des bons de réductions donnent une l'impression de faire de bonnes affaires.

De plus le service commercial assure le suivi des transactions et tout feed back de la part des acheteurs.

Amazon propose également à ces clients de payer par carte de crédit et bénéficie de la part de ces fournisseurs d'un délais de 45 jours.

Amazon présente donc les caractéristiques suivantes :

- + Une offre diversifiée, gigantesque et à l'échelle internationale avec un contact en ligne.
- + Concentrée sur le consommateur que ce soit .
- + Offres personnalisées selon la clientèle (construction d'une warehouse et développement de software).
- + Qualité de la relation de confiance entre le client et le vendeur.
- + Positionnement idéal de la marque, des produits et de l'image de l'entreprise.
- + Réaliser des économies de coût en ce qui concerne la diffusion et la mise à jour des informations complètes sur les produits
- + Coûts de transactions moindres (traitement de commandes).
- + Service commercial plus efficient et donc moins coûteux.
- + Innovation, service à la clientèle et modèles de ventes en évolution.
- + Définition de vente de détail en ligne légendaire.
- + Bâtir d'énormes centres de distribution dans le monde entier visant la rapidité des livraisons.
- + Dégagement de revenus supplémentaires dus à ces opérations de co-marketing.
- + Une légendaire agressivité commerciale (prix bas comme barrière à l'entrée et politique de transparence des prix).
- + Amazon cible désormais tous les cyberconsommateurs à savoir: les "convenience lovers ", les économes, les pragmatiques et les sélectifs.
- + Un leadership connu pour son anticipation: Charles Arday, Président de free Web service Juno affirme que " *Any business with Jeff Bezos in it has a 10 times better chance of success than one without him,*" (eBay vs. Amazon.com, *BusinessWeek*, 31 mai 1999).
- + Les investisseurs américains continuent à lui faire confiance.

Toutes ces caractéristiques font qu'Amazon répond adéquatement aux besoins des consommateurs en matière de :

- + Plaisir
- + Sécurité
- + Considération
- + Personnalisation
- + Convivialité
- + Information
- + Vertu
- + « Légitime dépense »



Ceci en assurant :

- + Le capital marque
- + La visibilité
- + La différenciation
- + Une bonne logistique
- + Un cybermerchandising efficace
- + L'adhésion des consommateurs

