

Les PME exploitent mal le Web

Une étude de BT et l'

Institute of Directors, publiée par *The Register*, révèle que seulement 24 % des petites entreprises britanniques qui disposent d'un site Web vendent en ligne. L'e-commerce a pourtant le vent en poupe. En particulier en Grande-Bretagne où les ventes en boutiques physiques se sont contractées en second semestre 2005, se reportant en partie sur les ventes en ligne qui ont affiché un nouveau record historique. Le modèle britannique est plein d'enseignement et peut être facilement transposé sur les PME françaises. « *Beaucoup de petites entreprises ont un site Web, mais elles n'ont pas vu le potentiel de faire de l'argent avec* », affirme Mick Hegarty, general manager of Broadband and VoIP de BT Business. Ainsi, selon BT, les petites entreprises qui disposent d'un site transactionnel ont vu leur base de client progresser de 81 % en 2005, et la moitié d'entre elles ont développé leurs activités à l'international avec Internet. Pourquoi alors si peu de petites entreprises franchissent-elles le pas de la vente en ligne ? « *Elles pensent que de rendre leur site transactionnel va leur consommer de l'argent et du temps, mais ce n'est pas du tout le cas. Il y a un éventail d'options rentables et disponibles qui s'adaptent à chaque budget.* » « *Aller de l'avant simplement en ayant un catalogue en ligne pour vendre en direct sur Internet ouvre de grandes opportunités nouvelles d'augmenter les ventes* » .