



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

E-  BUSINESS...Par Innocent M'BADOUA
L'EURO À LA PEINE

Photo: Adjai Ntoutoume

Le dollar est passé quelques instants hier lundi au-dessus du seuil d'un euro, le billet vert profitant de la détermination de plusieurs membres de la Réserve fédérale américaine (Fed) de resserrer leur politique monétaire. L'euro perdait vers 8 h 20 GMT (10 h 20 à Libreville) 0,35 % à 1,0000 dollar, après avoir reculé à 0,9994 dollar, et la livre 0,33 % à 1,1790 dollar, des niveaux plus vus depuis mi-juillet. L'euro s'approche de son plus bas niveau de l'année, à 0,9952 dollar.

ROYAUME-UNI : L'INFLATION DÉPASSE 10 % ET PLOMBE LE COÛT DE LA VIE



Photo: Adjai Ntoutoume

L'inflation dépasse 10 % au Royaume-Uni, un record en 40 ans bien loin de l'objectif de 2 % de la Banque. Elle devrait encore grimper dans les prochains mois, jusqu'à 13 % selon la BoE, provoquant une crise du pouvoir d'achat qui menace de faire plonger de nombreux ménages dans la pauvreté.

CHAMPAGNE : LANCEMENT PRÉCOCE DES VENDANGES



Photo: Adjai Ntoutoume

Les vendanges dans le vignoble champenois pourraient avoir commencé dès hier dans certaines communes de l'Aube, une date précoce liée à un été chaud et sec, néanmoins plus tardive qu'en 2020, a annoncé samedi le Comité champagne, qui se réjouit d'une évolution "idéale".

Social commerce : les leviers de la vente en ligne

Innocent M'BADOUA
Libreville/Gabon

Le commerce social ou commerce connecté est un sous-ensemble du cybercommerce. Il implique les médias sociaux et d'autres médias numériques qui soutiennent l'interaction sociale et les contributions des utilisateurs pour aider dans l'achat et la vente de produits et services en ligne.

La crise sanitaire a transformé les habitudes d'achat des consommateurs. Désormais, ils s'attendent à pouvoir se renseigner sur une marque ou se procurer des produits où ils le souhaitent, à commencer par les réseaux sociaux. En effet, 78 % d'entre eux sont plus enclins à acheter auprès d'une enseigne avec laquelle ils ont eu une expérience positive sur les plateformes sociales, et 77 % vont la préférer à la concurrence. Pour cette raison, réseaux sociaux et e-commerce sont aujourd'hui indissociables.

SOCIAL E-COMMERCE. Réussir à mettre en place une stratégie de vente efficace sur les réseaux sociaux, tel est le conseil cardinal. Si les avantages du social commerce ne sont plus à prouver, mettre en place cette stratégie pour son e-commerce implique de suivre un processus bien ficelé. Celui-ci demande notamment de soigner son flux de produits



Photo: Adjai Ntoutoume

Le commerce social implique les médias sociaux et d'autres médias numériques.

avec des photographies. Selon les experts de Siècle Digital, il importe d'observer huit recommandations pour vous aider dans cette tâche de vente sur Internet. La première est de concevoir un profil complet sur les réseaux sociaux. Bien que cela puisse paraître évident, nombreuses

sont les marques qui négligent cette étape. Pourtant, un compte avec toutes les informations nécessaires reflète l'authenticité, le professionnalisme. Il est aussi judicieux de rejoindre des groupes en lien avec son secteur. Que ce soit sur Facebook ou au sein de communautés en

ligne comme Quora, Reddit et Discourse, il s'agit d'une façon simple de créer de nouveaux liens avec sa cible. Cette méthode s'avère aussi efficace pour recueillir des données sur des clients potentiels et construire son réseau.

Portails commerciaux

L'E-COMMERCE TRANSFRONTALIER : L'AFRIQUE EN BONNE PLACE

GMNN
Libreville/Gabon

PEU à peu, l'e-commerce africain se fait une place sur le marché international. Selon le site en ligne french.cri, en tant que nouveau canal pour le commerce extérieur, l'e-commerce transfrontalier donne un nouvel élan au commerce Chine-Afrique, rendant de plus en plus populaires les produits africains sur le marché chinois.

Au cours du premier semestre de l'année, le volume des échanges commerciaux entre la

Chine et l'Afrique a augmenté de 16,6 % sur un an pour atteindre 137,4 milliards de dollars, avec 60,6 milliards de dollars d'importations africaines en Chine, soit une hausse annuelle de 19,1 %.

En tant que premier partenaire commercial de l'Afrique depuis plus de 10 années consécutives, l'Empire du Milieu s'efforce d'élargir sa coopération en matière de commerce électronique avec le continent, ouvrant ainsi une nouvelle voie permettant aux produits africains d'entrer sur le marché chinois.

Un festival d'achats en ligne or-



Photo: DR

ganisé en Chine du 28 avril au 12 mai a présenté plus de 200 variétés de produits provenant de plus de 20 pays africains. Grâce à une série d'événements

de diffusion en direct, le café éthiopien, le thé noir du Kenya et le vin sud-africain ont trouvé un moyen facile d'être offerts aux consommateurs chinois.