



digital.union@sonapresse.com

## L'actu du web

Par GMNN

### AMAZON SUR LA SELLETTE



Photo: DR

**Dans** le cadre du procès antitrust mené aux États-Unis par la FTC (Federal Trade Commission) depuis septembre 2023, Amazon doit s'expliquer sur Nessie, son algorithme qui augmente les prix. Cet algorithme aurait généré 1 milliard de dollars de bénéfices supplémentaires pour le géant de l'e-commerce avant d'être désactivé en 2019 selon la FTC. La FTC décrit le fonctionnement plutôt futé de cet algorithme. Nessie identifie des produits spécifiques pour lesquels il prédit que d'autres commerçants en ligne suivront s'il augmente les prix. Une fois activé, l'algorithme augmente les prix de ces produits et, lorsque d'autres sites e-commerce emboîtent le pas, Nessie maintient le prix désormais plus élevé. Si les commerçants concurrents ne suivaient pas et n'augmentaient pas leur prix, l'algorithme ramenait le prix Amazon à son prix d'origine.

### GÉRER L'EXPÉRIENCE POST-ACHAT



Photo: DR/L'Union

**Les** enseignes semblent ne pas assez écouter les attentes des acheteurs en ligne. En particulier, elles négligent l'importance de la phase de post-achat dans le cycle de la vente e-commerce. C'est ce que montre l'étude menée par Shipup, spécialiste de l'expérience post-achat. Ce sondage établit des chiffres clés à avoir en tête lorsqu'un e-commerçant souhaite développer son activité. L'étude montre que 91 % des consommateurs ont déjà rencontré des problèmes de livraison. Un chiffre qui monte à 97 % chez les moins de 25 ans. Les consommateurs attendent que les marques communiquent avec eux quand ils sont concernés. 87 % voudraient recevoir des notifications en cas de retard ou pour mettre à jour une date de livraison. 33 % ont l'impression que c'est à eux de contacter le vendeur en cas de problème, alors qu'ils espèrent le contraire.

## E- BUSINESS...

### Tendances digitales de 2024 : la vidéo au centre des stratégies

Innocent M'BADOUA  
Libreville/Gabon

**À** quelque six semaines de la fin de l'année, les experts de l'e-commerce se projettent déjà vers l'année prochaine. En effet, l'année 2024 sera un bon cru pour les marketeurs et de nouvelles opportunités s'offriront à vous, affirme Bubacar Diallo, fondateur du cabinet Benoo. Afin d'améliorer votre stratégie de digital marketing, les spécialistes estiment qu'il faut optimiser la stratégie de Community Management.

En plus, le cabinet Benoo recommande l'importance de la vidéo pour le développement de votre présence digitale en 2024. Le format vidéo, qui fait dorénavant partie intégrante de notre quotidien, est le format le plus apprécié des internautes. Les données de l'intelligence artificielle le prouvent. En effet, plus d'un milliard de vidéos sont vues chaque jour sur tous les médias sociaux. Ces derniers ont adapté leur plateforme pour intégrer le format vidéo et le rendre plus accessible. Ce qui explique d'ailleurs la popularité des réseaux sociaux tels que TikTok. C'est aussi pour cette raison qu'Elon Musk envisage des



Photo:

#### La vidéo, l'avenir de la performance du E-Business.

vidéos pour X (ex-Twitter). Au regard des lectures instantanées des vidéos ou encore la création de vidéos courtes, tout laisse croire que la vidéo est le meilleur moyen pour faire passer un message aux internautes. Selon une étude réalisée par le Cabinet Al Massir Web, la vidéo figure parmi les canaux de communication préférés des consommateurs d'Internet de moins de 30 ans. Aujourd'hui la vidéo est omniprésente sur la Toile et les différents réseaux sociaux sous la forme de GIF, les stories, les réels (Instagram), les

directs, les interviews, et bien plus encore. Pour l'e-commerce, il faudra intégrer la vidéo dans votre stratégie de vente. Car elle suscite de l'engagement, de la fidélisation, anime votre communauté et, surtout, vous permet d'avoir un avantage concurrentiel. La question est finalement la suivante : quelles idées de contenu pour réaliser une vidéo pour vos réseaux sociaux ? Trois centres d'intérêt doivent guider les marketeurs digitaux. Premièrement, présenter des produits pour développer votre

visibilité, instaurer un climat de confiance et de proximité avec votre communauté. Deuxièmement, faire des interviews permet d'améliorer le branding (marque) et la culture de l'entreprise. Troisièmement, clé d'orientation : faire des tutoriels sur votre expertise contribue à développer votre crédibilité auprès des consommateurs. A signaler qu'au Gabon, la vidéo ne marche que dans les foyers qui ont des abonnements wifi. Le reste des ménages gèrent des forfaits et, donc, ne visionnent que peu de vidéos.

## Portails commerciaux

### VENTE EN LIGNE : LES GÉANTS SE FONT LARGUER

GMNN  
Libreville/Gabon

**L**e nouveau classement Fevad des vingt sites e-commerce les plus fréquentés par les internautes sur le 3e trimestre 2023 montre de nouveaux sites en pleine progression, révèle La Revue du Digital. Selon ce classement, Lidl dépasse déjà Carrefour. Lidl est présent pour la première fois et il dépasse une grande entreprise telle que Carrefour. Côté prix bas, on retrouve le bon positionnement des sites

de vente d'occasion tels que LeBonCoin, Vinted ou Ebay, et des sites agressifs sur les prix comme Leclerc dans l'alimentaire, Shein dans la mode et Airbnb dans le logement touristique. En moyenne, 49,5 millions d'internautes, soit 78 % des Français, ont consulté, chaque mois, au moins un des sites ou applications du Top 20. C'est 1 million de plus qu'au trimestre précédent. Amazon reste le leader du classement avec 37,8 millions de visiteurs uniques par mois, et un taux de couverture qui frôle les

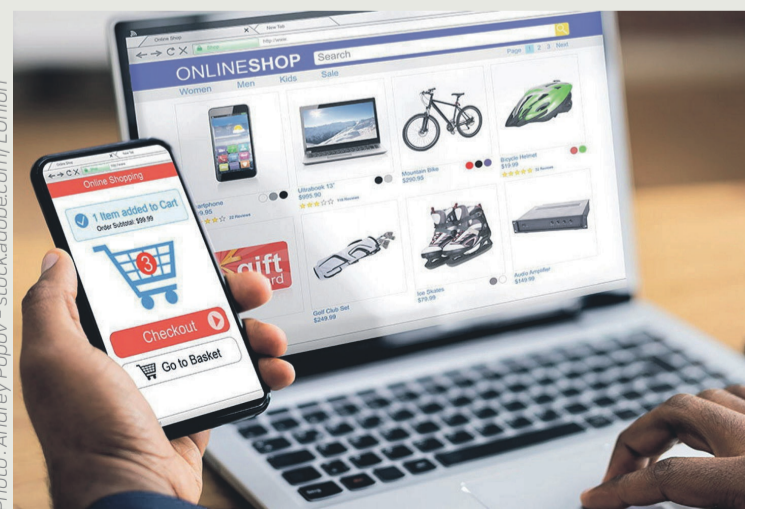


Photo: Andrey Popov - stockadobe.com/L'Union

60 %. Il est suivi par LeBonCoin qui conserve sa deuxième place avec 27,9 millions de visiteurs

uniques par mois. De son côté Booking.com récupère la 3e place du podium.