

Les fournisseurs: si votre établissement n'a pas de fournisseurs, allez à la question C19

C16. Où se situent les principaux fournisseurs de votre établissement ?

- ☐ Dans un rayon de moins de 5km (zone d'activité) ☐ Dans un rayon de 50 à 200 km
☐ Dans un rayon de moins de 50km (bassin d'emploi) ☐ Partout en France
☐ À l'étranger

C17. Quelle est la part dans vos achats de votre fournisseur le plus important ? % ☐ Pas de fournisseur principal

C18. Avec certains de ses fournisseurs, votre établissement utilise-t-il les dispositifs suivants ?

- ☐ Passation de commandes via Internet ☐ Achat de biens ou services via une place de marché électronique*
☐ Passation de commandes via des réseaux autres qu'Internet (EDI hors Internet, etc.) ☐ Paiement des fournisseurs en ligne pour des commandes via Internet

Les clients: si votre établissement n'a pas de fournisseurs, allez à la question C28

C19. Votre clientèle est composée plutôt de...

Clientèle principale Clientèle secondaire

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| - Particuliers | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - TPE/PME | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Grandes entreprises | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Administrations | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

C20. Où se situent les principaux clients de votre établissement ?

- ☐ Dans un rayon de moins de 5km (zone d'activité) ☐ Dans un rayon de 50 à 200 km
☐ Dans un rayon de moins de 50km (bassin d'emploi) ☐ Partout en France
☐ À l'étranger

C21. Quelle est la part, dans le CA, de votre client le plus important ? % ☐ Pas de client principal

C22. Comment votre établissement envoie-t-il ses devis ? (plusieurs réponses possibles)

- ☐ Par courrier ☐ Par fax ☐ Par courrier électronique

C23. Avec certains de ses clients, votre établissement utilise-t-il les dispositifs suivants ?

- ☐ Gestion informatique intégrée de la relation client (CRM) ☐ Réception de commandes via des réseaux informatiques autres qu'Internet (EDI hors Internet, etc.)
☐ Catalogues de biens ou services avec les tarifs ou barèmes sur le site Web ☐ Vente de biens ou services via une place de marché électronique
☐ Club " clients ", forum sur le site Web, FAQ* ☐ Paiement des clients en ligne pour des commandes reçues par Internet
☐ Réception de commandes via Internet

voir partie
VENTE EN LIGNE

LA VENTE EN LIGNE

C24. Depuis quand faites-vous de la vente en ligne ?

- ☐ moins de 2 ans ☐ plus de 4 ans
☐ Oui depuis 2 à 4 ans ☐ Ne sait pas

C25. Diriez-vous que la vente en ligne est, pour votre entreprise, un canal de vente...

- ☐ En régression ☐ Stable
☐ En hausse ☐ Ne sait pas

C26. Quelle est la part du CA réalisée via le Web ?

- ☐ Moins de 10% ☐ 34 à 66%
☐ Entre 10 à 33% ☐ Plus de 66%

C27. Vos trois principales motivations à la vente en ligne...

- ☐ Raccourcir les délais de livraison ☐ Supprimer des intermédiaires
☐ Personnaliser les produits / services ☐ Être accessible 24h/24
☐ Diminuer les frais de promotion ☐ Améliorer la qualité des services et/ou la fidélisation de clients
☐ Utiliser les informations sur les visites du site ☐ Lancer de nouveaux produits services
☐ Développer un nouveau canal de distribution / vente ☐ Étendre le marché géographiquement

C28. Votre ou vos principaux concurrents ont-ils un site Web de vente en ligne ? ☐ Oui ☐ Non ☐ Ne sait pas

D. VOS ATTENTES EN MATIÈRE DE TIC

D1. Diriez-vous que l'investissement de votre établissement dans les TIC (informatique, Internet, téléphonie) est ..

- ☐ supérieur à la moyenne ☐ Dans la moyenne
☐ de votre secteur ☐ Inférieur à la moyenne

D2. Y a-t-il une réflexion en cours sur la refonte du système d'information de l'entreprise?

- ☐ Oui ☐ Non

D3. Qui représente plutôt l'élément moteur de l'usage des TIC?

- ☐ Le PDG / Directeur / Gérant ☐ Le siège de l'entreprise
☐ Le responsable de la communication ☐ Le siège du groupe
☐ Le responsable informatique ☐ Pas d'élément moteur

D4. Pour votre établissement, que diriez de l'impact des TIC sur:

- | | Très positif | Faiblement positif | Pas d'impact | Négatif |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| - les délais | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - les coûts | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - la circulation de l'information dans l'établissement | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - la circulation de l'information avec les partenaires | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - la veille concurrentielle et technologique | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - le chiffre d'affaires | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - le développement de nouveaux services | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - L'introduction de nouveaux procédés | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |