



Stratégie n° 14

Offre de prix et le web

N°04

Les offres de prix sur internet peuvent être catégorisées en 3 mécanismes généraux. Ils sont différents selon les produits, les marchés, les acteurs.

1) La fixation des prix par le vendeur.

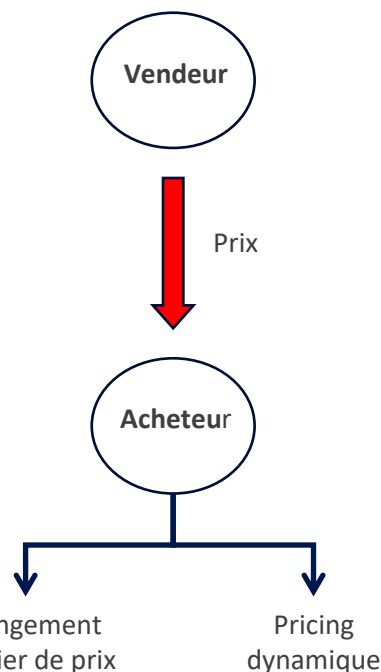
Le prix est fixé par le vendeur. Le consommateur n'a pas de possibilité de négocier. Les prix peuvent changer régulièrement et le recours au pricing dynamique est fréquent.

- **Marchés** : BtoB, BtoC

- **Avantages** : vente rapide, délai de paiement court, différenciation de prix.

- **Inconvénients** : Le prix n'est pas toujours le plus bas et il est possible d'avoir plusieurs intermédiaires entre les vendeurs et acheteurs.

- **Exemples** : Amazon, compagnies aériennes, hôtellerie, location de voitures, ...



2) La négociation vendeur(s)-acheteur(s).

Le prix est négocié entre les 2 parties avec une base prédéfinie de prix ou sans.

- **Marchés** : BtoB, BtoC, CtoC

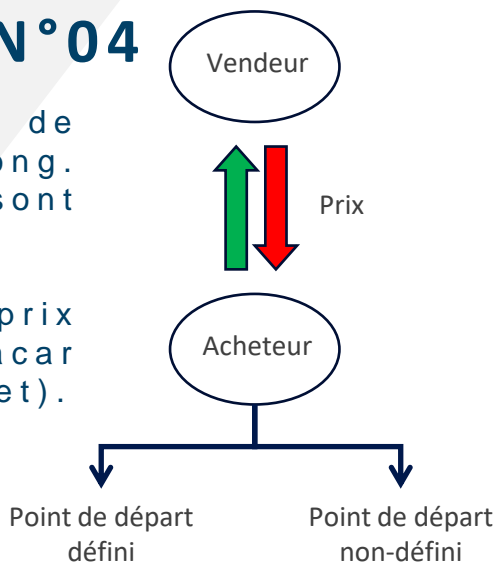
- **Avantages** : les 2 parties sont acteurs. Il y a possibilité de négocier les prix et les conditions d'achats. Il peut y avoir des regroupements d'acheteurs pour augmenter le volume d'achat.



Stratégie n° 14

Offre de prix et le web

N°04



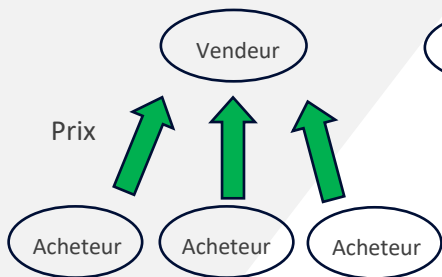
- **inconvenients** : Le processus de définition du prix est beaucoup plus long. Plusieurs étapes de négociation sont courantes.

- **Exemples** : Groupon (négocie les prix pour un volume d'achat), Blablacar (négociation possible sur le prix du trajet).

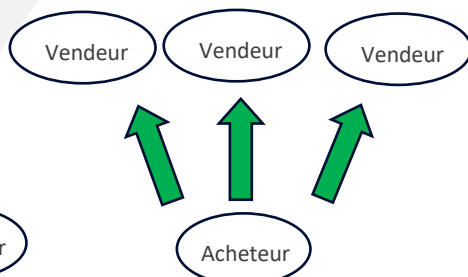
3) Les interactions vendeurs(s)-acheteurs(s).

Les acheteurs sont les acteurs principaux dans la définition du prix.

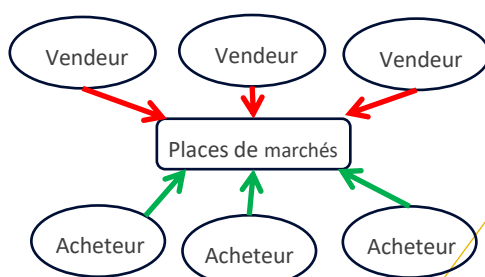
Enchères



Appels d'offres



Places de marchés



- **Marchés** : BtoB, BtoC, CtoC

- **Avantages** : internet permet de restreindre les coûts de recherche et d'augmenter la taille des marchés.

- **Inconvénients** : internet donne un outil puissant aux acheteurs pour comparer les offres. Les vendeurs doivent impérativement mettre en avant les avantages de leur produit pour créer la différenciation.

- Exemple :

Enchères : Ebay, salle des ventes.

Appels d'offres : site comparateur de prix.

Places de marchés : Amazon, Alibaba

(Source: Robert Dolan Pricing and Market Making on the Internet .
Harvard Business School April 2000)