

eBay se transforme en marketplace

Désireux de vendre de plus en plus de produits neufs, le site américain propose toute une série de services afin de constituer une place de marché concurrente à celles d'Amazon et Cdiscount.

Un bon truc pour fâcher un responsable d'eBay. Lui dire qu'Amazon est l'inventeur du concept de marketplace, cette place de marché qui permet à toutes sortes de vendeurs indépendants de commercer sur son site. Car l'inventeur, c'est bien eBay, qui a bâti son modèle d'e-commerce sur la mise en relation entre vendeurs et acheteurs en ne vendant rien directement. Un modèle copié et adapté quelques années plus tard par Amazon avec la Marketplace. À la différence près qu'il ne s'agit que de professionnels qui vendent des produits neufs. Et la multiplication de ces marketplaces « pros » commence à faire du tort à eBay. En France, par exemple, il était encore en 2011 le site de vente le plus visité en France (10,5 millions de pages vues par mois selon la Fevad), est n'est plus que quatrième (8 millions à fin 2014).

Particuliers et professionnels

Mais c'est l'heure de la reconquête pour eBay. Et elle passe par les vendeurs professionnels, marques ou distributeurs. Un petit tour sur la page d'accueil du site permet de s'en assurer. Si les produits d'occasion vendus entre particuliers sont toujours accessibles via le moteur de recherche, les produits neufs se taillent la part du lion. Des produits vendus par des vendeurs professionnels et rassemblés sur le site sous forme de collections thématiques (Bien-être, Maison connectée...). Une vraie place de marché. Une énième, serait-on tenté de persifler. Pourquoi une marque irait ouvrir sa boutique sur eBay si



© EBAY

Pour François Bourgoïn, directeur de la division vendeurs professionnels, eBay n'est pas « concurrent de ses vendeurs ».

COMMENT IL VEUT ATTIRER LES MARQUES

- En leur permettant de **personnaliser** leurs shop-in-shop et fiches produits
- En appliquant des **commissions plus basses** que les autres marketplaces
- En proposant des **tarifs préférentiels** avec Mondial Relay (4 300 points de retrait en France)

elle est déjà sur les places de marché concurrentes? « Parce qu'à la différence des nombreuses marketplaces en France, qui sont la plupart du temps adossées à des sites de grande distribution, nous ne sommes pas concurrents de nos vendeurs », défend François Bourgoïn, le directeur de la division vendeurs pros chez eBay France.

Service quatre étoiles

Résultat, eBay concentre tous ses efforts pour offrir un service quatre étoiles à ses vendeurs. Le site permet aux grandes marques comme aux petits vendeurs de disposer de leur propre boutique personnalisée. C'est le cas de nombre de petits spécialistes mais aussi de quelques grands noms tels Quiksilver ou Philips. eBay propose ainsi deux tarifs pour les marques désireuses d'y ouvrir leur boutique: 26 € par mois pour

insérer gratuitement des annonces en France et en Europe, et 260 € pour vendre dans le monde entier. Mais c'est surtout sur les fiches produits qu'eBay marque sa différence avec Amazon, notamment. Ainsi, lorsque ce dernier n'en propose qu'une pour tous les vendeurs dudit produit (la différence se faisant lors de l'achat où l'algorithme d'Amazon décide quel vendeur gagnera la « buy box »), eBay laisse à chacun le soin de mettre en ligne sa propre annonce. « Cela permet de faire son argumentaire de vente, d'avoir son propre bouton d'achat, explique François Bourgoïn. Notre philosophie c'est de dire que chaque offre est unique, ce n'est pas qu'un prix. »

Des services personnalisés, donc, et des tarifs attractifs. Ainsi pour attirer les marques, eBay n'hésite pas à casser les prix. La commission prélevée sur les ventes varie entre 3,9 % et 6,5 %. En général, elle est de 10 à 15 % sur les places de marché concurrentes. Des marchands qui disposent aussi de tarifs préférentiels (des rabais de l'ordre de 20 %) sur les livraisons dans le circuit Mondial Relay avec lequel eBay a signé un accord. Bref, une politique agressive pour attirer les marques qui, pour l'instant, assimilent toujours eBay à un site de vente de particuliers à particuliers. Tout comme les utilisateurs qui plébiscitent moins le site, comme en témoignent ses taux de fréquentation. Si la voie dans laquelle le site s'est engagée est prometteuse, le chemin est encore long. ■ **FREDERIC BIANCHI**

17,9 Mrds \$

Le chiffre d'affaires d'eBay en 2014 (+ 12 %) pour un résultat net négatif de **42 M \$**

Source : eBay