

## Store Factory annonce une offre complète de « m commerce » 100% compatible avec les téléphones mobiles.

*Conçue pour permettre aux e commerçants de toucher les 12 millions de mobinautes français, la solution Store Factory, complète et clés en mains, comprend à la fois un site marchand dédié aux téléphones mobiles, un site d'administration et un support technique.*

Paris, le xx mars 2009

Store Factory, un des plus grands spécialistes de la création de boutiques en ligne en France, annonce une solution innovante de e commerce mobile ou « m commerce » 100% compatible avec tous les téléphones mobiles pourvus d'un navigateur Internet. La solution, complète et clés en mains, comprend la création d'un site marchand dédié aux téléphones mobiles, un site d'administration pour la mise à jour du site marchand, et un support technique.

Elle permet aux e commerçants de toucher les 12 millions de mobinautes français à un coût très raisonnable, qui ne dépasse pas 1000 Euros HT sur un an. Le site de m commerce est interfaçable avec les principales solutions de m paiement.

### Le m commerce : un canal de vente plein de promesses

Le mobile commerce, ou m commerce, est un marché encore émergent mais en pleine croissance. Aujourd'hui, si 9 français sur 10 possèdent un téléphone mobile, un français sur deux est déjà équipé pour naviguer sur le web mobile, et 2 français sur 10, soit 12 millions environ, naviguent effectivement dessus. Ce chiffre devrait continuer à croître rapidement, poussé par le succès des 'smartphones', par le développement accéléré des offres haut débit (3G+, I Mode) et surtout des forfaits intégrant l'internet rapide illimité.

Parmi les 12 millions de mobinautes, de plus en plus sont des m acheteurs et, selon l'Idate, le marché du m commerce devrait représenter environ 19 millions d'Euros en 2009.

D'après une récente étude réalisée par TNS Sofres, le profil du m acheteur est plutôt jeune (65% ont moins de 35 ans), plutôt féminin (57% de femmes) et appartient à toutes les catégories socioprofessionnelles (40% d'employés).

En termes de comportement, le m acheteur suit une logique assez proche du e acheteur, notamment pour s'informer avant l'achat en magasin (51% des m acheteurs recherchent en ligne avant d'acheter en magasin). Et contrairement à certaines idées reçues, le m acheteur ne concentre pas ses achats sur des micro-paiements (de type sonneries, logos) mais s'intéresse aussi aux produits culturels (49% des achats) ainsi qu'aux produits de consommation courante (21% des achats pour des vêtements, produits de beauté, produits alimentaires).

Ce n'est donc pas un hasard si les grands noms du e commerce s'intéressent au mobile commerce, car ce canal est encore peu exploité, et recèle un très fort potentiel de croissance.



Comme cela a été le cas pour le e commerce, il y a fort à parier qu'en prenant position sans attendre, les acteurs de ce média gagneront en notoriété rapidement.

### Store Factory : une offre m commerce adaptée aux petites structures

Avec une formule unique, tout compris, affranchissant l'utilisateur de toutes les contraintes techniques, la solution m commerce de Store Factory repose sur les mêmes principes que sa solution e commerce, qui a fait son succès auprès des petites structures et qui compte déjà plus de 1100 clients en France, commerçants et artisans pour la plupart.

Proposée à un tarif unique de 50 Euros par mois, auquel s'ajoute 400 Euros HT pour la conception d'une charte graphique sur mesure, elle comprend les mêmes trois éléments : une boutique en ligne personnalisée ; un site d'administration, pour la mise à jour du site et le traitement des commandes ; une assistance technique complète. Elle permet à une petite structure de disposer d'un site marchand opérationnel en ligne dans un délai d'une quinzaine de jours.

Le fonctionnement et l'ergonomie du site d'administration sont identiques à ceux de la solution e commerce, et l'utilisateur pilote et met à jour son site mobile comme n'importe quel site marchand. De plus, deux sites marchands Store Factory, l'un de e commerce et l'autre de m commerce, peuvent partager la même gestion de stocks et de commandes.

### Un site adapté aux contraintes et aux avantages du m commerce

Toutefois, la conception d'un site marchand dédié au m commerce doit faire l'objet d'une étude particulière et résulter d'une stratégie propre au mobile, tenant compte notamment du temps de chargement des informations, de la taille de l'écran, et de la sécurité des transmissions.

Les sites m commerce de Store Factory tiennent compte de ces contraintes. Ils sont beaucoup plus légers qu'un site de e commerce classique, et vont à l'essentiel, avec une offre adaptée, des informations claires et une ergonomie optimale.

Dans le même temps, la plupart des achats réalisés sur mobile sont des achats impulsifs et les m acheteurs ont un profil particulier, dont il faut tenir compte : ils sont adeptes des nouveautés (early adopters) et sont généralement jeunes et exigeants.



L'offre « **m commerce** » est disponible immédiatement, en contactant directement la société au 0825 70 20 20 ou par mail à [scontact@store-factory.com](mailto:scontact@store-factory.com)

### A propos de Store Factory

Créée en 2004, basée à Paris et comptant 11 collaborateurs, Store Factory est aujourd'hui parmi les plus grands spécialistes de la création de boutiques en ligne en France, avec près de 1100 clients au début 2009.

La société a un unique objectif : proposer aux petites structures une solution de commerce électronique clés en mains de niveau professionnel, avec des fonctionnalités complètes et une vraie charte graphique, qui corresponde le mieux à l'évolution de leurs besoins et leur permette de vendre efficacement sur Internet à un coût abordable.

Proposée à un tarif unique de 50 Euros par mois, l'offre standard de Store Factory comprend trois éléments : une boutique en ligne personnalisée ; un site d'administration, pour la mise à jour du site et le traitement des commandes ; une assistance technique complète.



Contacts Presse :

**Agence HL.COM**

Shamina Peerboccus: 01.45.00.97.14 / [speerboccus@hl-com.com](mailto:speerboccus@hl-com.com)

Hervé Lobry : 01.45.00.97.11 / [hlobry@hl-com.com](mailto:hlobry@hl-com.com)

**Store Factory**

Jean-Luc Wernoth : 01.78.94.28.12 / [jean-luc.wernoth@store-factory.com](mailto:jean-luc.wernoth@store-factory.com)