

SOMMAIRE

<i>Remerciements</i>	2
Sommaire	3
Introduction	6
<u>I- Internet, un nouvel élément de la stratégie de l'entreprise</u>	7
<u>A - Internet, comme outil de développement quantitatif</u>	9
1) <i>Le développement des ventes</i>	9
a) Augmenter les ventes et étendre le champ concurrentiel de l'entreprise.....	9
b) Mettre en place une vitrine et des mécanismes de VPC sur l'Internet	9
c) Développer les rapports avec les fournisseurs.....	12
2) <i>Augmenter la rentabilité</i>	13
a) Augmenter la rapidité, donc la productivité de l'entreprise.....	13
b) Développer le fichier de prospects	13
3) <i>Mettre en place une communication efficace</i>	13
a) Développer la communication externe : médias / clients, fournisseurs et actionnaires	13
b) Développer le réseau de télécommunications.....	15
<u>B - Internet, un outil de développement qualitatif</u>	19
1) <i>L'impact d'Internet sur l'organisation de l'entreprise</i>	19
a) Améliorer la gestion des ressources humaines de l'entreprise.....	19
b) Les retombées d'Internet sur les rapports hiérarchiques.....	19
2) <i>Amélioration qualitative de l'activité de l'entreprise</i>	20
a) Améliorer les rapports avec les fournisseurs	20
b) Améliorer la connaissance des marchés cibles.....	21
c) Développer les réseaux d'influence de l'entreprise.....	22
3) <i>Un potentiel d'innovation accru</i>	22
a) Développer la veille dans l'entreprise.....	22
b) Développer la R&D et l'innovation.....	23
c) Trouver de nouvelles opportunités de développement.....	23

II- Comment intégrer Internet à la stratégie et la communication de l'entreprise ? 25

<u>A - La mise en place d'Internet dans l'entreprise.....</u>	27
1) <i>La connexion d'un ou plusieurs postes informatiques de l'entreprise à l'Internet.....</i>	<i>27</i>
a) - La définition des besoins et objectifs.....	27
b) L'information du personnel.....	28
c) Choix de l'installation informatique et téléphonique.....	28
d) La formation du personnel.....	30
e) Comment gérer l'arrivée du Net dans l'entreprise ?.....	32
2) <i>La mise en place d'un site sur le World Wide Web.....</i>	<i>34</i>
a) Réserver un nom de domaine.....	34
b) Quelles informations mettre en ligne ?.....	38
c) La programmation des pages.....	40
d) L'hébergement du site.....	40
e) Promotion du service.....	40
<u>B - Quelques exemples de l'intégration d'Internet au sein de l'entreprise.....</u>	45
1) <i>Le site de La Lainière de Roubaix.....</i>	<i>45</i>
2) <i>Autres exemples.....</i>	<i>46</i>
a) Le Fleuriste Vert : Le Fleuriste Branché !.....	46
b) Park Scientific Instruments : Démonstration de produits sur Internet.....	48
c) Relais & Châteaux, Le Furet du Nord et Degrif'tour.....	50
<u>III- Internet représente-t-il un passage obligé ?.....</u>	53
<u>A - Internet sera un des médias les plus importants du XXI^{ème} siècle.....</u>	55
1) <i>L'état de l'Internet en France.....</i>	<i>55</i>
2) <i>Les prévisions statistiques de développement.....</i>	<i>57</i>
3) <i>Les mesures du gouvernement pour l'expansion du réseau Internet.....</i>	<i>58</i>
<u>B - Les limites d'Internet.....</u>	61
1) <i>Internet : un chaos informationnel.....</i>	<i>61</i>
2) <i>La netiquette.....</i>	<i>62</i>
3) <i>La confidentialité des données et des idées.....</i>	<i>63</i>
4) <i>La langue dominante : l'anglais.....</i>	<i>63</i>
5) <i>La sécurité.....</i>	<i>64</i>
6) <i>La méconnaissance de la population internaute.....</i>	<i>65</i>
7) <i>La véracité des informations.....</i>	<i>67</i>
8) <i>Internet : une perte de temps, un gain de stress ?.....</i>	<i>67</i>
9) <i>Internet : un choc culturel pour l'entreprise.....</i>	<i>72</i>
10) <i>Une évolution difficile à prévoir du réseau des réseaux.....</i>	<i>69</i>
Conclusion.....	71
Cahier Pratique.....	73