

# Outil d'évaluation: quelles tendances de paiements sont pertinentes pour votre entreprise?



Cet outil aide les entreprises de vente au détail en Suisse à évaluer de façon systématique la pertinence des tendances actuelles en matière de paiements pour leur propre modèle commercial et leur propre clientèle.  
→ Guide succinct

Critère	Adéquation stratégique		Pertinence pour les groupes cibles		Canaux de vente		Faisabilité technique		Rentabilité	
	Quelle importance a pour nous l'adéquation stratégique des tendances?		Quelle importance a pour nous la pertinence des tendances pour les groupes cibles?		Quelle importance a pour nous l'adéquation des tendances avec nos canaux de vente?		Quelle importance a pour nous la faisabilité technique des tendances?		Quelle importance a pour nous la rentabilité économique d'une tendance?	
<b>Évaluation du critère</b>	1	Assez peu important	1	Assez peu important	1	Assez peu important	1	Assez peu important	1	Assez peu important
	2	Moyennement important	2	Moyennement important	2	Moyennement important	2	Moyennement important	2	Moyennement important
	3	Important	3	Important	3	Important	3	Important	3	Important
	4	Très important	4	Très important	4	Très important	4	Très important	4	Très important
<b>Tendance</b>	Dans quelle mesure la tendance correspond-elle à notre stratégie, p. ex. en ce qui concerne notre positionnement (prix, qualité, expérience, service, innovation, etc.) ou nos débouchés (locaux, nationaux, internationaux, etc.)?		Dans quelle mesure la tendance est-elle pertinente pour nos groupes cibles (p. ex. en termes d'âge, de comportement de consommation par rapport aux dépenses de consommation par achat, etc.)?		Dans quelle mesure la tendance est-elle pertinente pour notre mix de canaux de vente (p. ex. uniquement commerce stationnaire ou également commerce en ligne)?		Dans quelle mesure la mise en œuvre technique de la tendance est-elle difficile/facile avec l'infrastructure existante?		Dans quelle mesure la tendance contribue-t-elle à l'efficacité, à la conversion ou à la marge?	
<b>Paiement mobile</b>										
Pondération de la tendance	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien
	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien
	3	Bien	3	Bien	3	Bien	3	Bien	3	Bien
	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien
Évaluation du critère multipliée par la pondération de la tendance			+		+		+		+	
									=	<b>Nb total de points par tendance</b>
<b>Paiement omnicanal</b>										
Pondération de la tendance	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien
	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien
	3	Bien	3	Bien	3	Bien	3	Bien	3	Bien
	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien
Évaluation du critère multipliée par la pondération de la tendance			+		+		+		+	
									=	<b>Nb total de points par tendance</b>
<b>Paiement embarqué</b>										
Pondération de la tendance	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien	1	Pas bien
	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien	2	Moyennement bien
	3	Bien	3	Bien	3	Bien	3	Bien	3	Bien
	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien	4	Très bien
Évaluation du critère multipliée par la pondération de la tendance			+		+		+		+	
									=	<b>Nb total de points par tendance</b>
Autres tendances										

## Guide succinct

### Étape 1: évaluer les critères

Évaluez l'importance de chaque critère pour votre entreprise – avec un chiffre de 1 (*pas important*) à 4 (*très important*).

Exemple: la faisabilité technique peut être plus importante pour vous (4) que l'adéquation stratégique (3). Vous estimez que la pertinence pour les groupes cibles est moyennement importante (2).

### Étape 2: pondérer les tendances

Pondérez dans quelle mesure chaque tendance correspond aux différents critères – avec un chiffre de 1 (*mauvaise adéquation*) à 4 (*très bonne adéquation*).

Exemple: le paiement mobile pourrait être très pertinent pour votre groupe cible (4), mais difficile à mettre en œuvre (1).

### Étape 3: calculer le nombre total de points pour chaque tendance

Pour chaque tendance, multipliez:

→ l'importance du critère

avec

→ l'adéquation de la tendance

Répétez ce calcul pour les cinq critères et additionnez les résultats. Vous obtiendrez ainsi le nombre total de points pour la tendance.

### Exemple:

• Adéquation stratégique pour la tendance Paiement mobile:  $3 \times 4 = 12$

• ...

• ...

• Faisabilité technique pour la tendance Paiement mobile:  $4 \times 1 = 4$

• ...

→ Additionner tout à la fin = p. ex. 42 points

Plus le nombre de points est élevé, plus la tendance est pertinente pour votre entreprise.

### Étape 4: compléter éventuellement la matrice avec d'autres tendances en matière de paiements

### Conseil: représentez visuellement vos évaluations dans un diagramme en bâtons

La représentation visuelle vous aidera à comparer les tendances entre elles, à fixer des priorités et à définir vos champs d'action.

Exemple de représentation visuelle:

