



LA
JUNIOR
COOPÉRATIVE

L'ESPER
L'Économie Sociale Partenaire
de l'École de la République



LA VENTE FLASH RÉ-INTERMÉDIATION - DÉ-STOCKAGE

La création de partenariats avec des marques permet de revendre leurs invendus ou produits des collections passées à des prix cassés.



L’AFFILIATION

Vous proposez sur votre site internet des publicités pour d’autres entreprises qui vendent leurs produits ou services. Dès lors qu’un internaute clique sur la bannière publicitaire et réalise une action (inscription ou achat), vous percevez une commission.



LES ENCHÈRES

Les clients fixent eux-mêmes le prix du produit ou du service. Un système d'achat immédiat doit être mis en place pour satisfaire les clients pressés.



LE FREEMIUM

Contraction de free (gratuit) et de premium (haut de gamme), ce modèle consiste à fournir une partie de l'offre gratuitement aux utilisateurs mais à bloquer certains contenus réservés aux membres premium. Au final ce sont ces derniers qui payent pour les utilisateurs free.



LE MODÈLE DE L'ABONNEMENT

Il consiste simplement à commercialiser un produit ou un service contre une inscription d'une durée déterminée.



LE CASHBACK

Avantages donnés aux meilleurs clients sous la forme de points ou de remboursements.



LA VENTE À DOMICILE

Les ventes se concentrent sur des cercles de clients réduits et misent sur le bouche à oreille et les recommandations pour se développer.



LE MODÈLE LOW COST

Il consiste à utiliser un business model existant qui a fait recette en proposant une offre réduite à sa plus simple expression, c'est à dire en supprimant toutes les options.



L'ADAPTATIF

Ce modèle permet d'optimiser les ventes des entreprises proposant un produit ou un service qui non vendu est perdu. Ce business model est basé sur la variation des prix en fonction de la demande et des habitudes de consommation des clients.



LE MODÈLE DE L'UTILISATION

C'est le plus basique de tous, l'utilisateur paye un prix unique pour chaque utilisation du service. Ce prix doit être faible pour inciter le client à répéter plusieurs fois l'acte d'achat.



LE MODÈLE AU TEMPS PASSÉ

Comme son nom l'indique, il permet aux consommateurs de profiter de services et de ne payer que le temps d'utilisation.



LA TRANSACTION SUR DES VENTES

L'entreprise génère son revenu en prenant une commission sur les ventes qu'elle organise. Elle permet à l'offre de rencontrer la demande.



LE TOUT GRATUIT

Ce sont les annonceurs qui financent les supports. Il permet ainsi d'offrir un service de qualité gratuit aux utilisateurs.



LE MODÈLE DIT DE L'IMPRIMANTE

Il fonctionne en deux étapes, tout d'abord vendre un produit de base à perte avec une marge très faible, puis commercialiser les recharges pour ce produit à des marges élevées.



CANAL+

Ma Carte de Fidélité



Carrefour



9135720000131630702





***Chambres de Métiers
et de l'Artisanat***



EURONEXT





NESPRESSO®

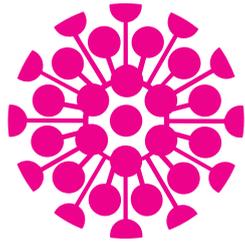


RYANAIR

LOW FARES. MADE SIMPLE.

Voyages-
snCF.com

trivago®



Tupperware

vente-privee.com



viadeo 

CYBERC@FE