

- /

:

.

'

'

'

.

.

:

.

: -1

(Besoins Latents)

[PEPPERS D. & ROGERS M., 1993] Peppers Rogers

CD-ROM

(Supermarché)¹

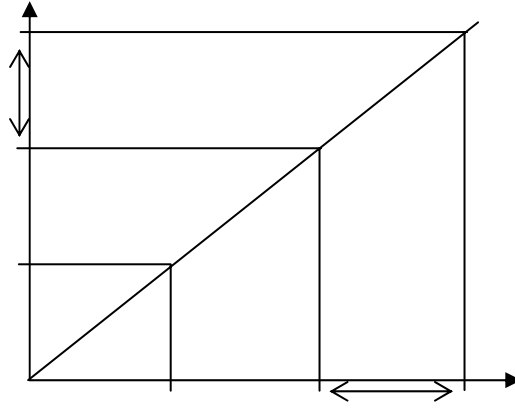
(Réductions)

.Bonus

_____ -1

()

:



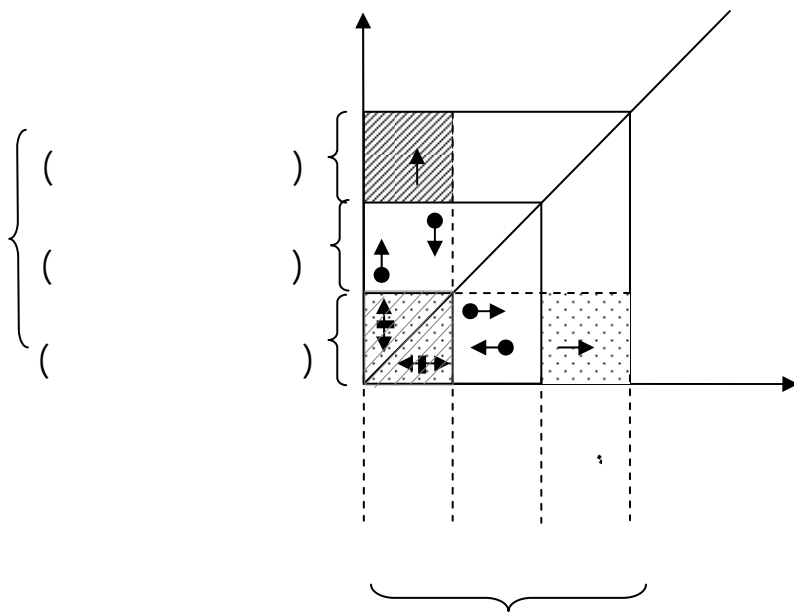
-1

[PEPPERS D. & ROGERS M., 1993] :

(www.amazon.com)

. 160

:	-	.1	:	-	.1
.		.2	.		.2
.		.3	.		.3
.		.4	.		.4



-2

[ARNAUD D., 1998] :

{
{

↑
↕
↑
●
●
↓
→
↔
●→
←●

:

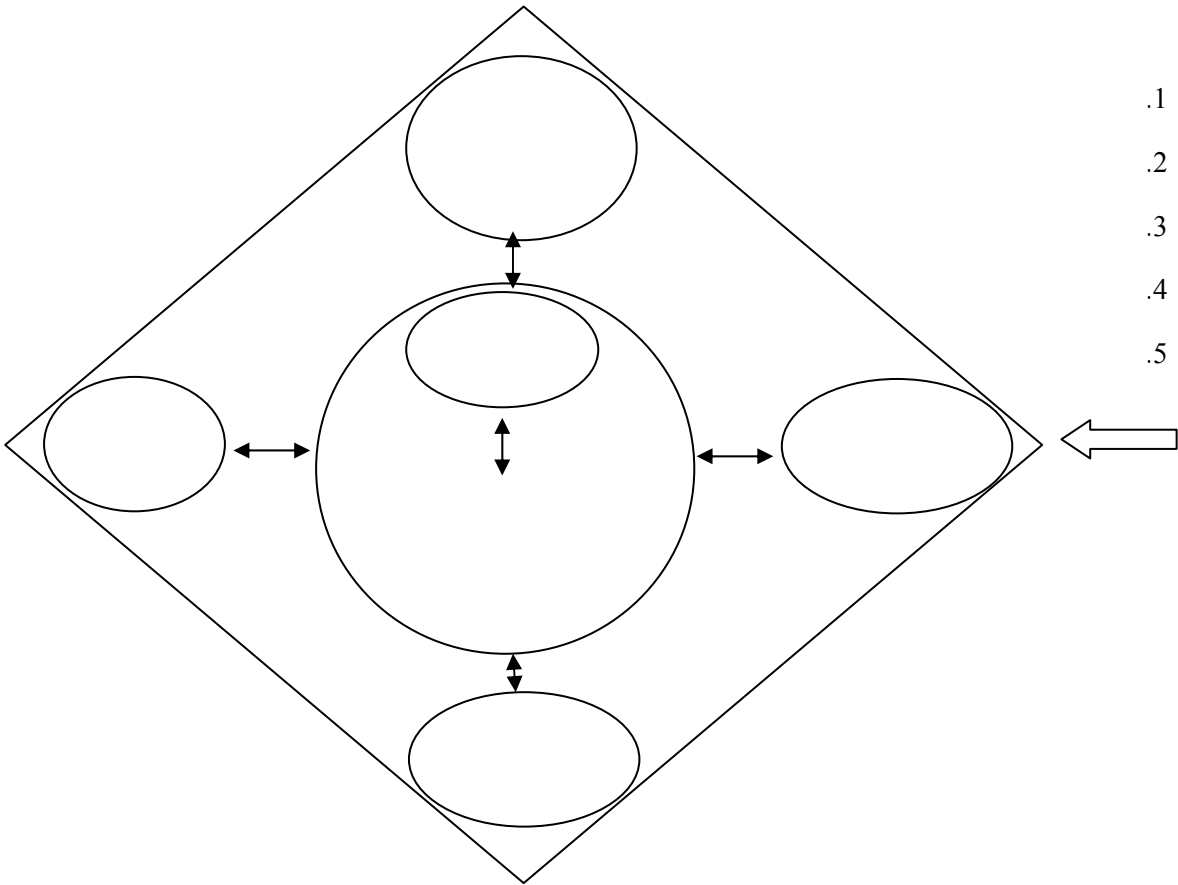
.

: -2

:

-
-
-
-

Porter : (
: [PORTER M E, 1980] 05



Porter -3
 [PORTER M E, 1980] :

Porter : $\frac{.1-(}{(05)}$

"Cyberdétaillants"
 (www.amazon.com)

.1

.2

²Lynda M. Maddox

[DOWLING P. J. et Al, 1996]

.3

.

.

.4

.5

.

Porter

: .2 - (

:

(05)

- .1

.

- .2

- .3

:

(PME)

(Sites amateurs)

.

[MADDOX L M et Al, 1997] -²

- .4

- .5

³"Barnes et Noble "

%40

"Amazon "

" " " "

Porter : .3-

:

- .1

News

- .2

- .3

()

: .4-

: .5-

Porter

()

: -

Cybermédiaires

[SARKAR M.B. et Al., 1995] SARKAR

:

-

-

-

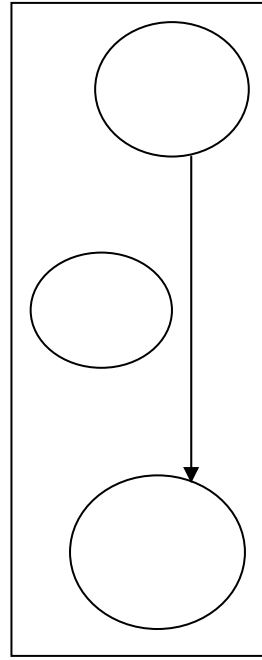
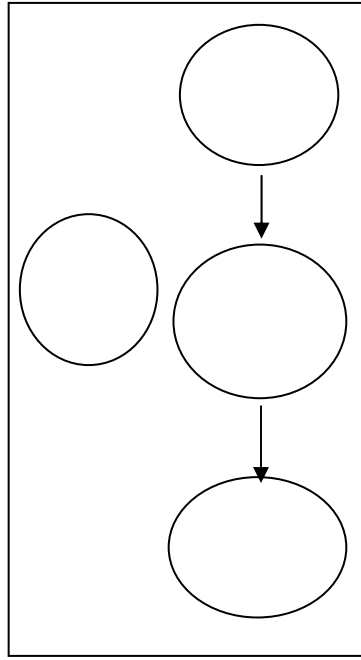
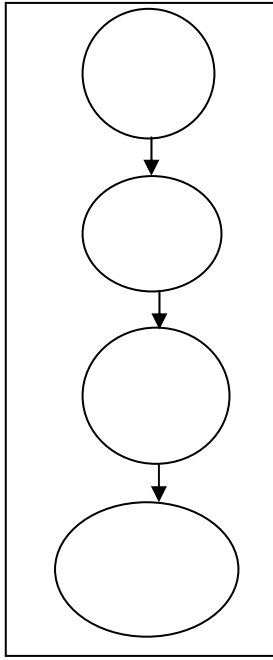
-

-

-

SARKAR

:



-4

[SARKAR M.B. et Al., 1995] :

()

()

: - 1 -

⁵American Airlines

⁴John Wiley

www.compaq.com

www.wiley.com - ⁴
 www.americanair.com - ⁵

·
:
 -2-

()

Branes et Noble

.()

()

·
:
 -3-

·[SARKAR M.B et AL., 1995]

www.internic.com

(Clef en main)

1999

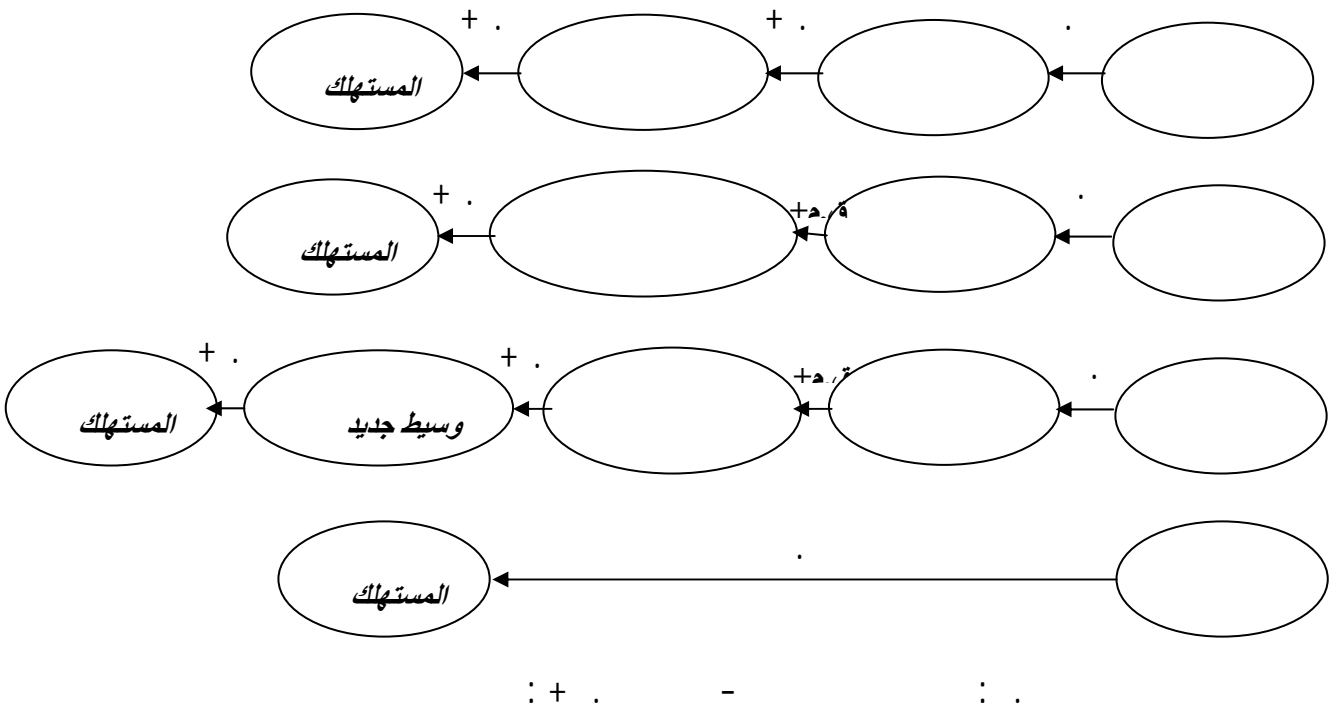
: (Infomédiation) -4-

[HAGEL III J. et ARMSTRONG, A.G., 1997]

: -5-

()

[BENJAMIN R. et WIGAND R., 1995] Benjamin



-5

[BENJAMIN R. et WIGAND R., 1995] :

[MOGAYAR W., 1996] Walid Mougayar

()

.

:

-

Microsoft

⁶(Encyclopédie Encarta)

(hyperlien)

.

.

:

-

:

<http://www.microsoft.com/encarta/fr/>

Encarta

-⁶

<http://www.encarta.fr.msn.com>

7

()

:
8

) ()

KAMBIL KOTLER

. [KAMBIL et Al., 1996] (

amazon.com

1997

()

9

(" _ ") " _ " " "

. [PERIGORD M. et FOURNIER J.P., 1993]

- 7

.2000/07/22

www.islamonline.net

. [LAMBIN J.J., 1986-1994]

- 8

- " "

9

- .
- _____
1. ARNAUD DUFOUR, « Du marketing au cybermarketing », Thèse de doctorat présentée à l'école des hautes études commerciales de l'Université de Lausanne (Non pub.), 1998
 2. BENJAMIN R. & WIGAND R., « Electronic Markets and virtual value chain on the Information Superhighway », Sloan Management Review, Winter 1995, pp. 62-72.
 3. DOWLING P. J. JR., KUEGLER T. J. JR. & TESTERMAN J. O., « Web advertising and Marketing », Prima Publishing, 1996.
 4. HAGEL J. III & ARMSTRONG A. G., « Net.gain, Expanding markets through virtual communities », Harvard Business School Press, 1997.
 5. KAMBIL A., GINSBERG A. & BLOCH M., «Re-Inventing Value Proposition», Stern School of Business, New York University, Working Paper IS-96-21.
 6. LAMBIN J.-J., «Le marketing stratégique. Une perspective européenne», 3ème édition, Ediscience international, Paris, 1986-1994.
 7. MADDOX L. M., MEHTA D. & DAUBEK H. G., « The role and effect of Web addresses in advertising », Journal of Advertising Research, March-April 1997.
 8. MOUGAYAR W., « Beware of Value Hijackers », Computer World emmerce, 05/05/1996 ; <http://www.com-puterworld.com/emmerce/depts/walidcol.html>
 9. PEPPERS D. & ROGERS M., « The One to One Future », Currency Doubleday, 1993.
 10. PÉRIGORD M. & FOURNIER J.-P., « Dictionnaire de la Qualité », Collection AFNOR Gestion Qualité, AFNOR, 1993.
 11. PORTER M. E., « Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors », The Free Press, 1980.
 12. SARKAR M. B., BUTLER B. & STEINFELD C., « Intermediaries and Cybermediaries: A Continuing Role for Mediating Players in the Electronic Marketplace », Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 1, N°3, December 1995.