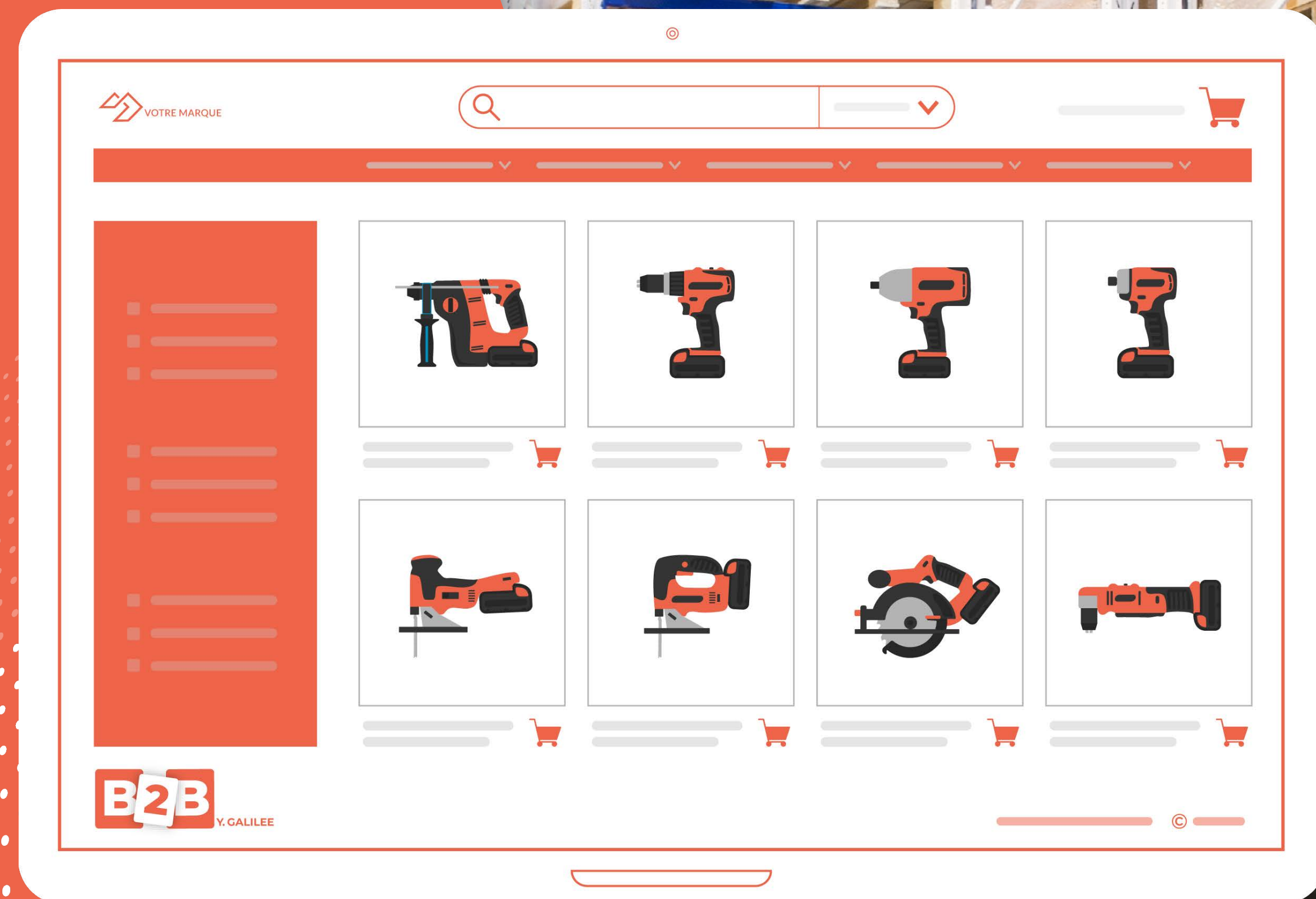


E-BOOK

L'e-commerce

B2B en 2020

Réinventez l'expérience client
en 5 points clés



SOMMAIRE

1. Les spécificités du E-Commerce B2B

1. Un contexte particulier, opposé au B2C
2. Des avantages indiscutables pour la relation client
3. L'expérience client est la clé !

2. Les fonctionnalités au service du E-Commerce B2B

1. Un moteur de recherche extrêmement puissant avec Elastic Search
2. Catalogue spécifique
3. Version mobile
4. Digitaliser les processus métiers
5. Gestion multisite

3. Les solutions sur le marché dans un contexte concurrentiel

L'e-commerce

B2B

C'EST DU LOURD !

L'E-Commerce B2B en 2020, c'est :

- **9 500** milliards d'euros
- Dont **763** milliards en France
- Un CA 4 fois plus important celui du **E-Commerce B2C**
- En passe de devenir le **1er canal de vente** dans le B2B !
- **93%** des acheteurs souhaitent faire leurs achats B2B en ligne
- **74%** des acheteurs aujourd'hui font leurs recherches en ligne

1. LES SPÉCIFICITÉS DU E-COMMERCE



1.1 Un contexte particulier opposé au B2C

Quelles différences ?

01

Le comportement d'achat

En B2C, si les clients veulent un produit, ils l'achètent. Cet achat ne résulte pas d'une démarche logique. Au contraire, en B2B, les acheteurs se comportent différemment, de manière logique et réfléchie.

02

La durée du processus d'achat

03

La manière dont les acheteurs peuvent acheter

Une fois que vos clients sont connectés, ils accèdent à un compte sur mesure affichant des prix spécifiques, des options et des frais d'expédition, et bien plus encore.

04

Le montant du panier moyen

Les valeurs des commandes sont généralement plus importantes en B2B qu'en B2C.

05

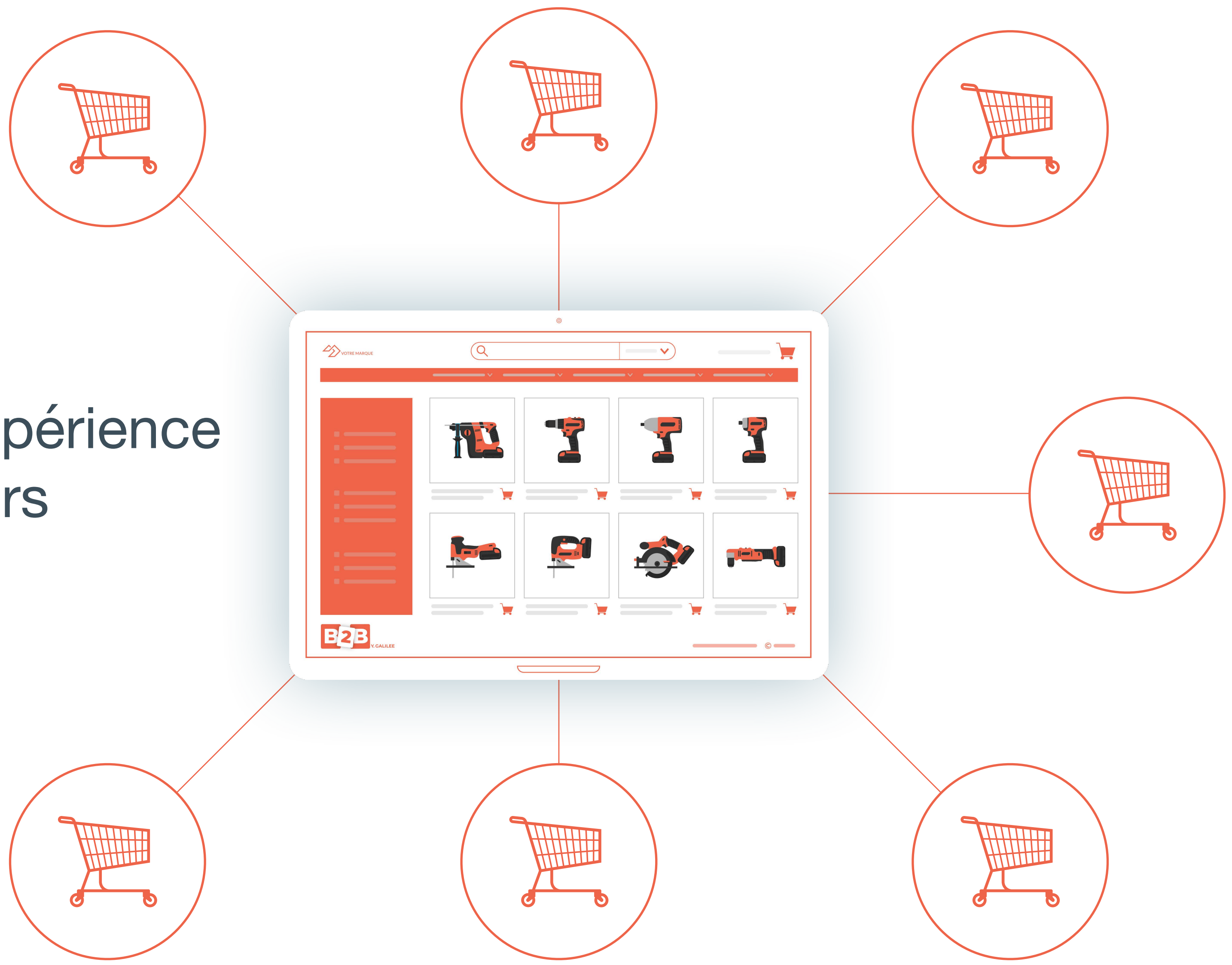
Le nombre de personnes impliquées dans l'acte d'achat

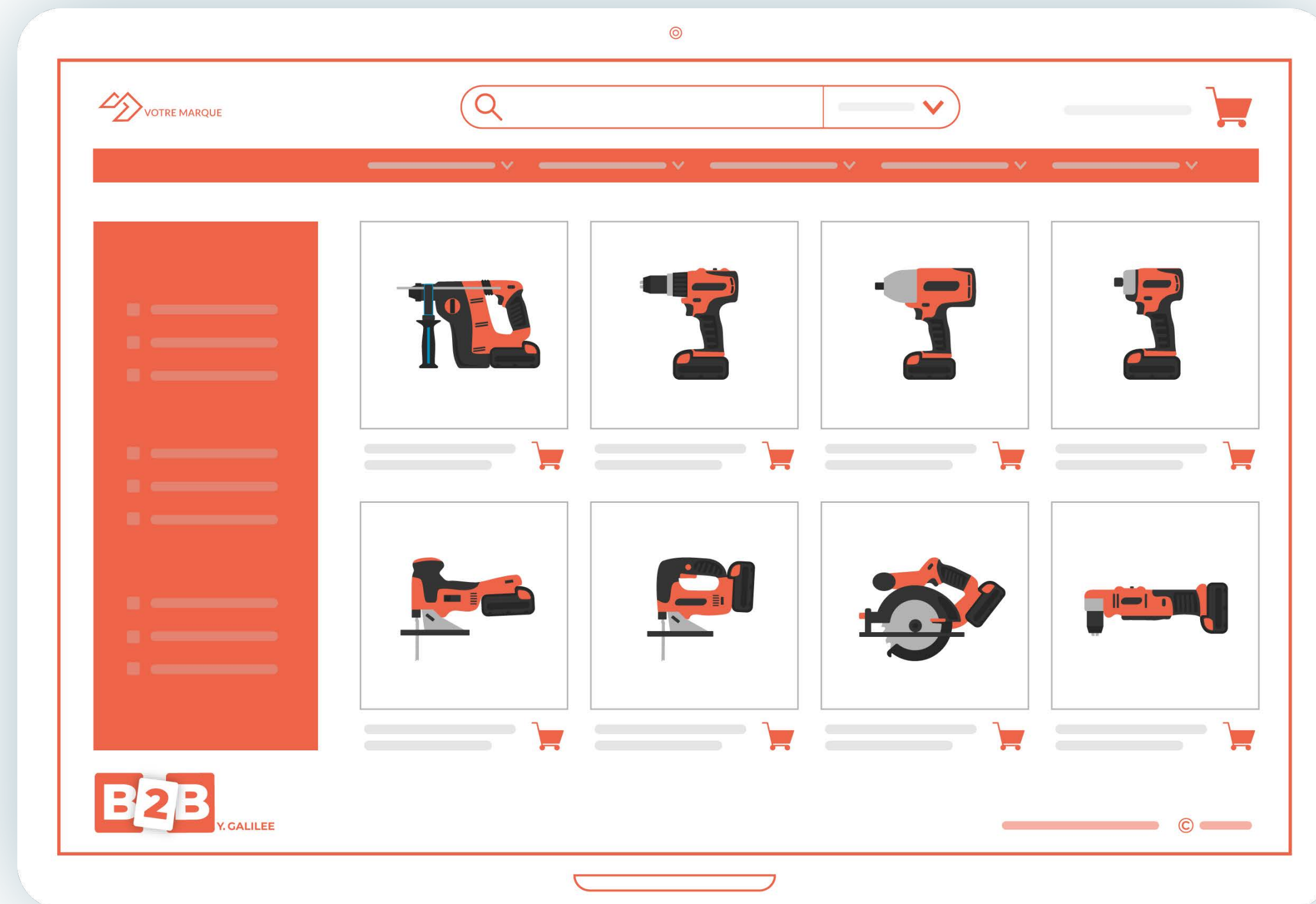
De nombreuses personnes peuvent être impliquées dans l'acte d'achat telles que les décideurs, les acheteurs, les comptables, etc. Ces cycles plus longs créent naturellement plus d'interactions entre l'acheteur et le vendeur.

06

Les fonctionnalités requises pour une expérience client optimale

En B2C, une même expérience est proposée à plusieurs utilisateurs.

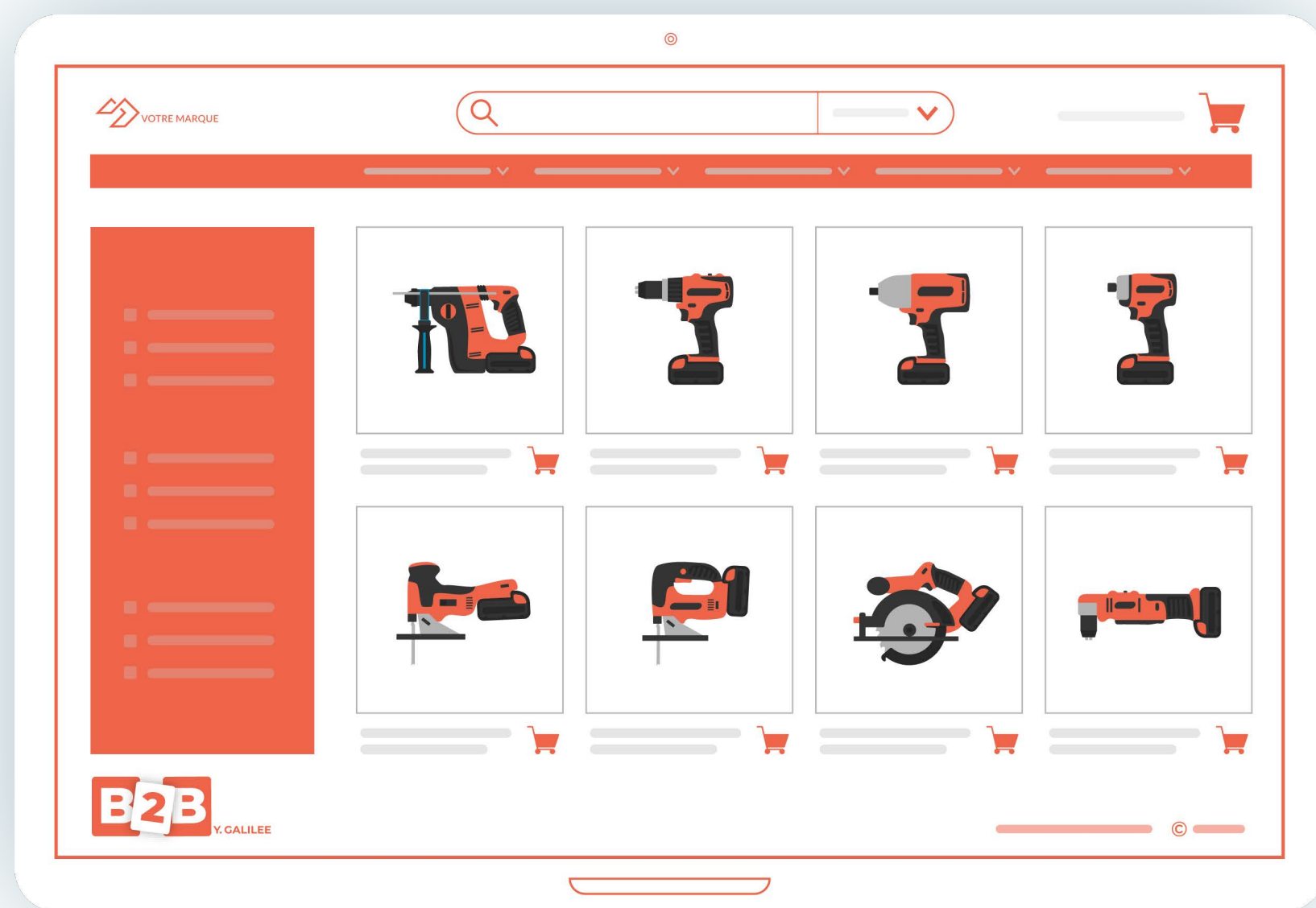




EN B2B, L'EXPÉRIENCE DOIT ÊTRE ADAPTÉE AU CLIENT.

- A. L'offre est définie par les marchés inter-entreprises
- B. Des processus de commande métiers
- C. Une information produit riche et technique





- **Comportement de l'acheteur**
- **Décision de groupe vs un individu seul**
- **Processus d'achat**
- **Marketing ciblé pour les entreprises**
- **Stratégie de prix**

Vendez directement à vos clients | via des revendeurs ou des distributeurs et soyez au coeur du processus d'achat

1. LES SPÉCIFICITÉS DU E-COMMERCE



1.2 Des avantages indiscutables pour
la relation client

01

- **Une visibilité sur les stocks**
- **Un outil en libre-service**
- **Une réduction du nombre d'erreurs**

02

Optimiser le temps de vos commerciaux sur des tâches à plus forte valeur ajoutée comme :

- A. La prospection,
- B. L'upsell
- C. Le cross-sell...

DES AVANTAGES INDISCUlables POUR LA RELATION CLIENT



Imaginez un accès **24H/24 7J/7** au site

01

Augmenter votre CA et l'efficacité de vos ventes :

- Étendre les horaires d'achat et offrir plus de flexibilité à ses clients (en mobilité notamment).
- Mettre à disposition des commerciaux des outils digitaux et mobiles.
- Automatiser les tâches administratives à faible valeur ajoutée.

02

Développer et étendre son offre :

- Créer de la valeur en offrant des produits complémentaires, des variantes de ses produits ainsi que de la personnalisation.
- Associer des services à forte valeur ajoutée et de la fidélisation.

03

Devenir un leader dans son secteur :

- Avec un site e-commerce B2B performant et très bien référencé
- Avec une marketplace spécialisée dans son secteur d'activité incontournable pour vos partenaires



L'expérience utilisateur est la clé !

Vos clients ne demandent qu'à commander directement en ligne.

Les acheteurs attendent une expérience personnalisée lorsqu'ils recherchent des fournisseurs en ligne.

Disposer d'une Plateforme E-Commerce B2B permet de rendre votre relation client plus simple et mieux contrôlée :



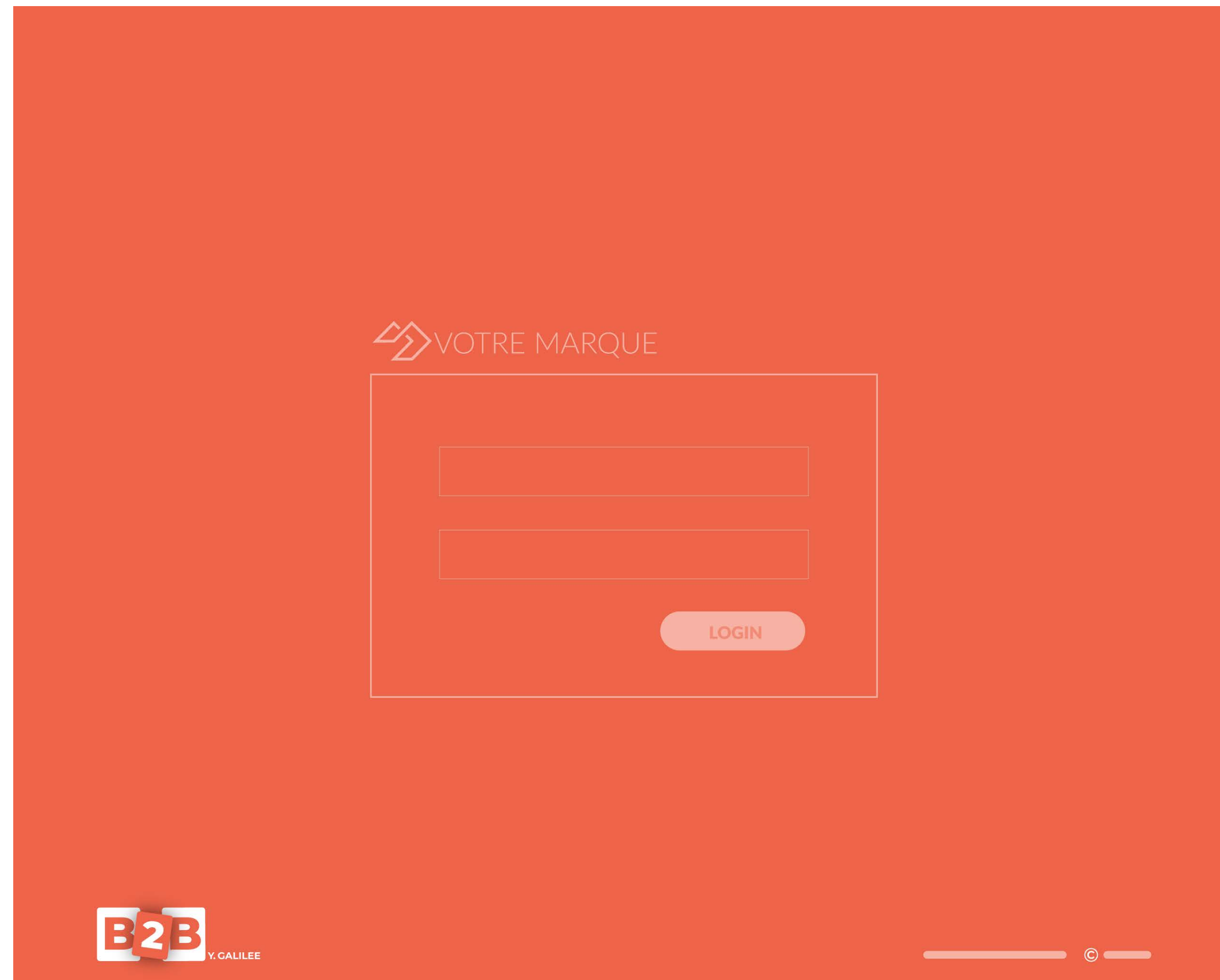
L'e-commerce



BUSINESS TO BUSINESS

en

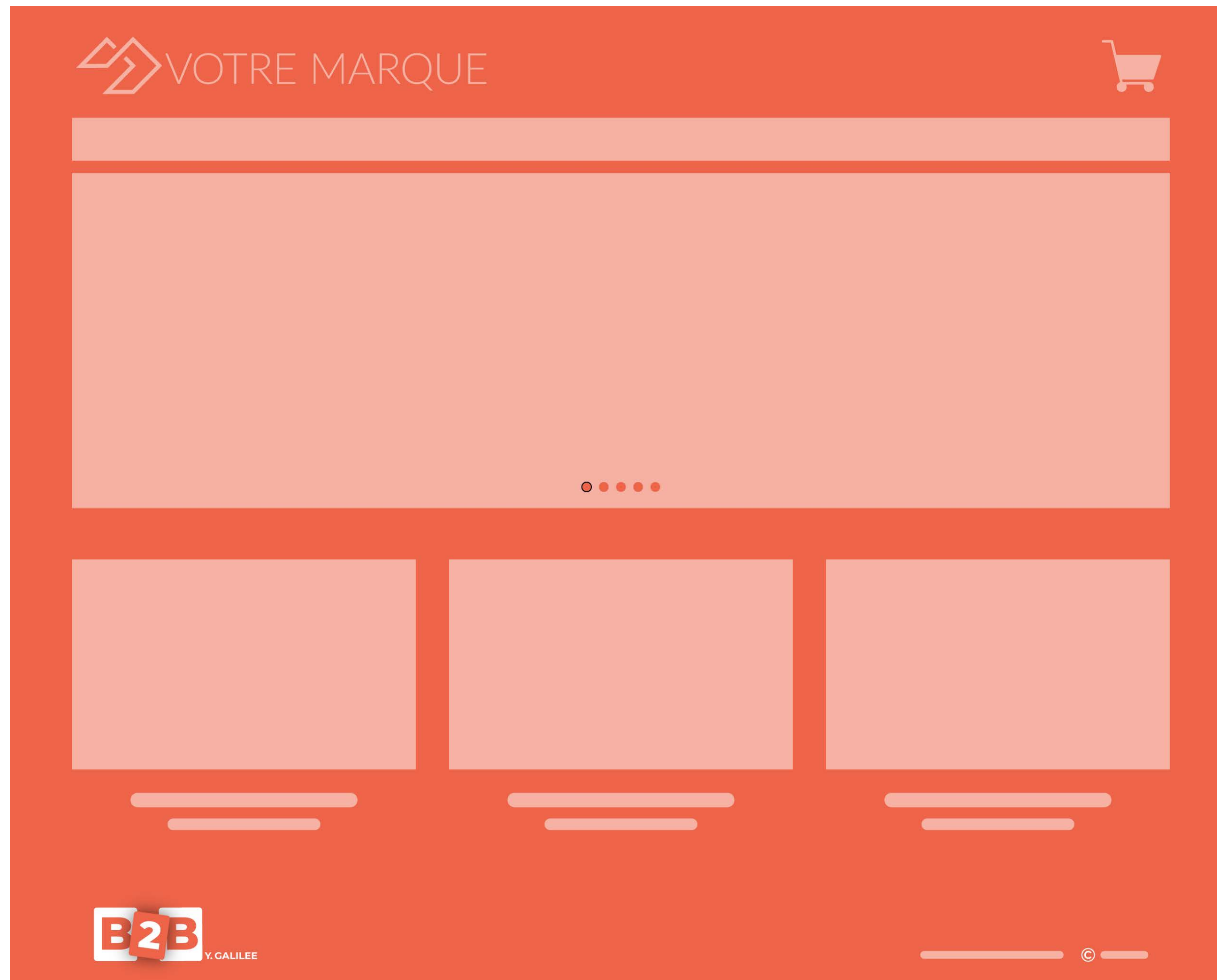
20
20



La connaissance du client : l'authentification

Tout d'abord, le client se connecte à sa propre boutique via un système d'authentification. À la différence du B2C où le visiteur est lambda, ici l'utilisateur est connu : sa société, son service et son environnement commercial notamment.





Animation commerciale et mise en avant d'offres

L'objectif est de proposer une expérience toujours plus positive afin de fidéliser la clientèle, mais également d'attirer de nouveaux clients avec des outils performants. Des opérations de communication ou de promotion efficaces et ciblées permettent de répondre aux objectifs et de dynamiser l'image de marque.





Catalogue et grilles de prix à jour

Permettre à son client d'accéder à une plateforme e-commerce B2B, c'est lui proposer en permanence une information produit fiable et complète. Il bénéficie d'un **catalogue et de prix systématiquement à jour.**



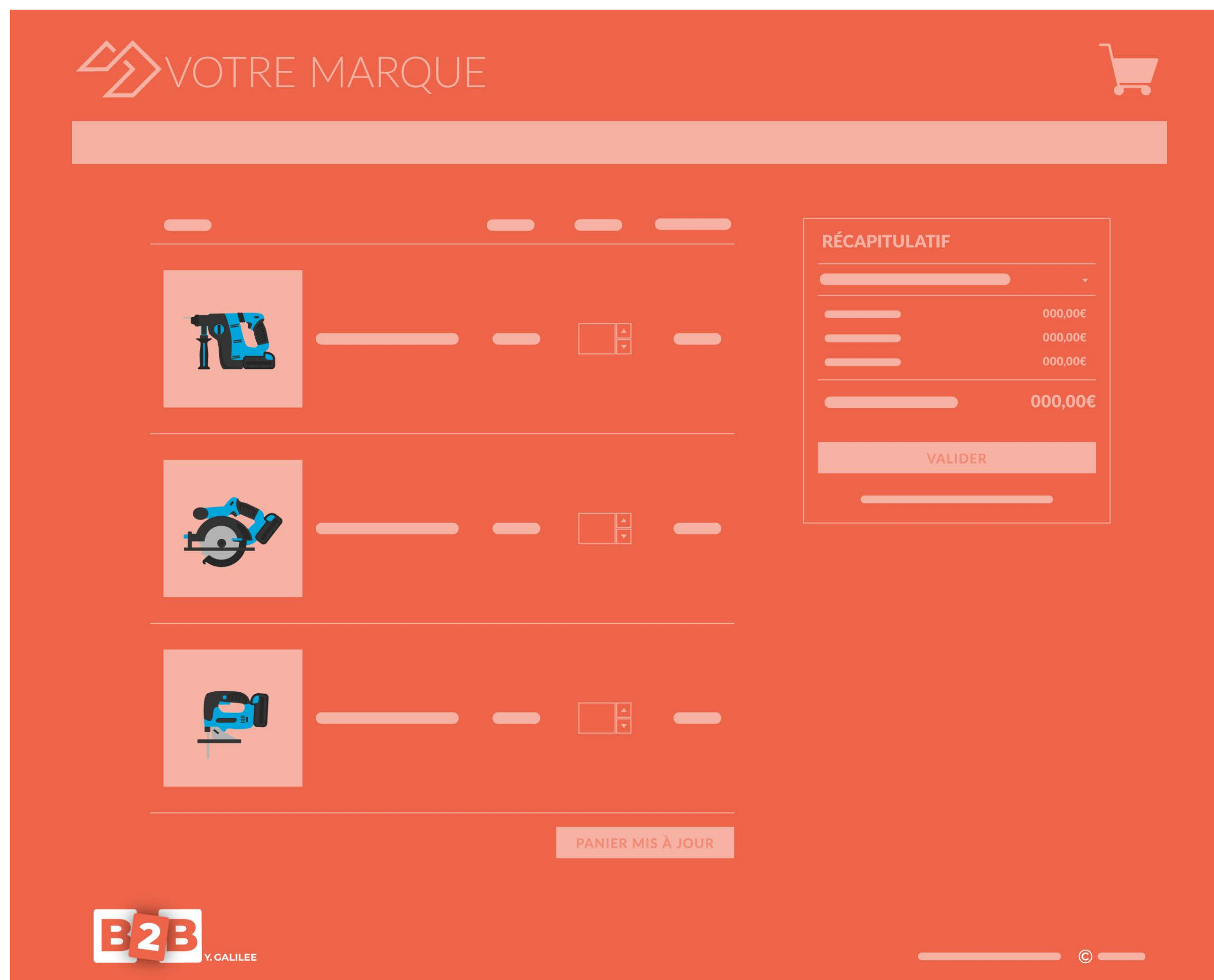
FICHE PRODUIT

Fiches produits détaillées et enrichies

Le client bénéficie d'une meilleure **visibilité de l'offre** avec des fiches produits détaillées. Toutes les informations liées aux produits sont affichées, ce qui permet également de limiter le nombre d'erreurs dans les commandes. Des éléments techniques peuvent y être associés comme des schémas, des notices, des plans, des vidéos, etc.

Le fameux catalogue papier, utilisé souvent seul jusqu'à présent, est alors transposé sur un support supplémentaire.





Récapitulatif des commandes et informations logistiques

Le client choisit ses produits et valide son panier. Le processus de validation implique alors une approbation de commande.

Livraisons multiples, en différentes quantités à plusieurs endroits, ou encore frais de livraison, sont autant de possibilités et éléments proposés aux clients, pour que chacun y trouve son compte.





Suivi et notification automatique des étapes de la commande

Non seulement il est notifié des étapes de sa commande et est informé à chaque changement de statut de celle-ci, mais il dispose également de statistiques détaillées sur ses commandes.



TABLEAU DE BORD



Statistiques sur les commandes

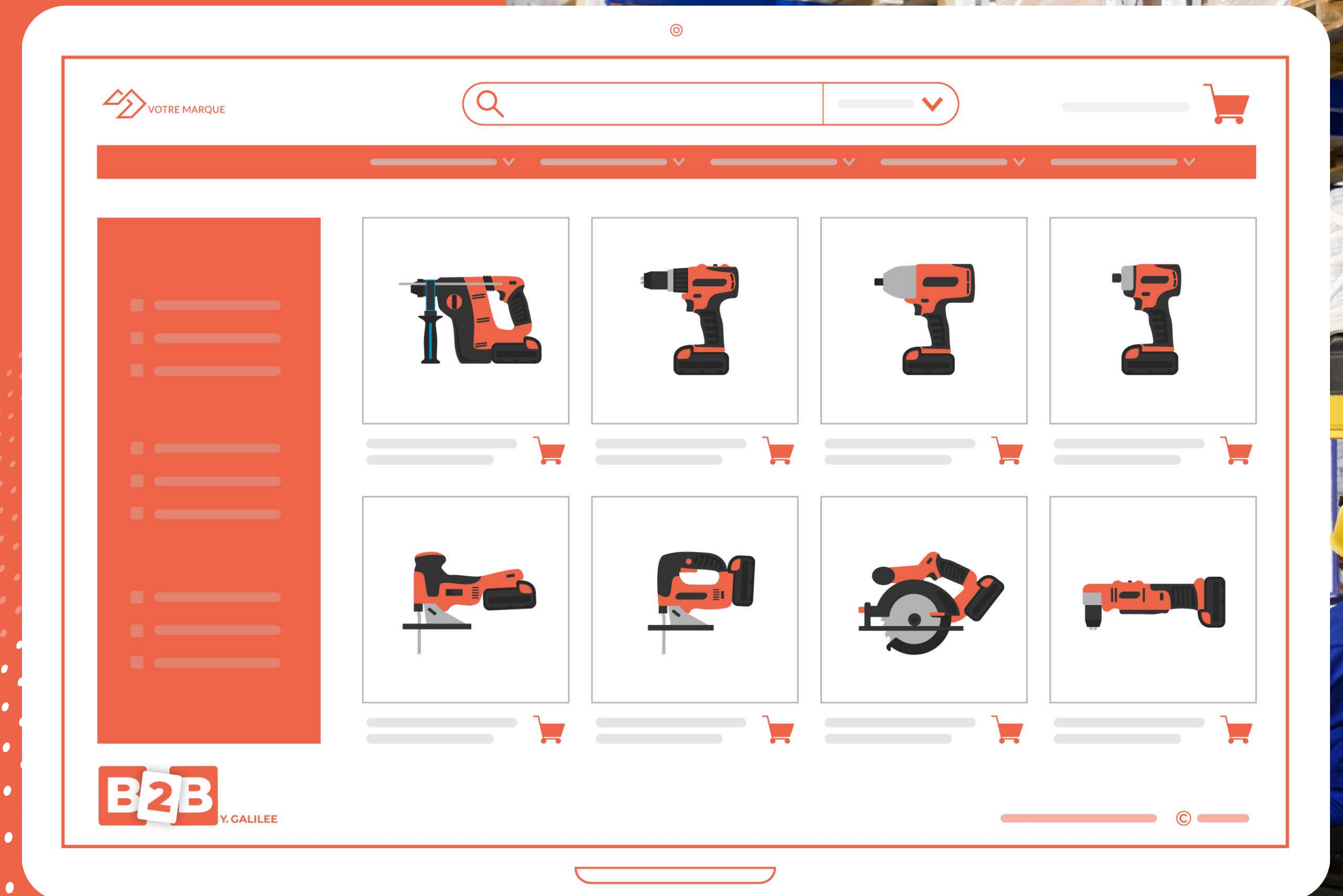
Accès aux documents tels que les factures, devis, etc.

Interactions avec le fournisseur



2. LES FONCTIONNALITÉS AU SERVICE DU E-COMMERCE

B2B



01

Moteur de recherche avancée

Dans un contexte où peu de produits sont disponibles sur la boutique en ligne, les fonctions natives de Magento permettront de gérer ces articles provenant de l'ERP.

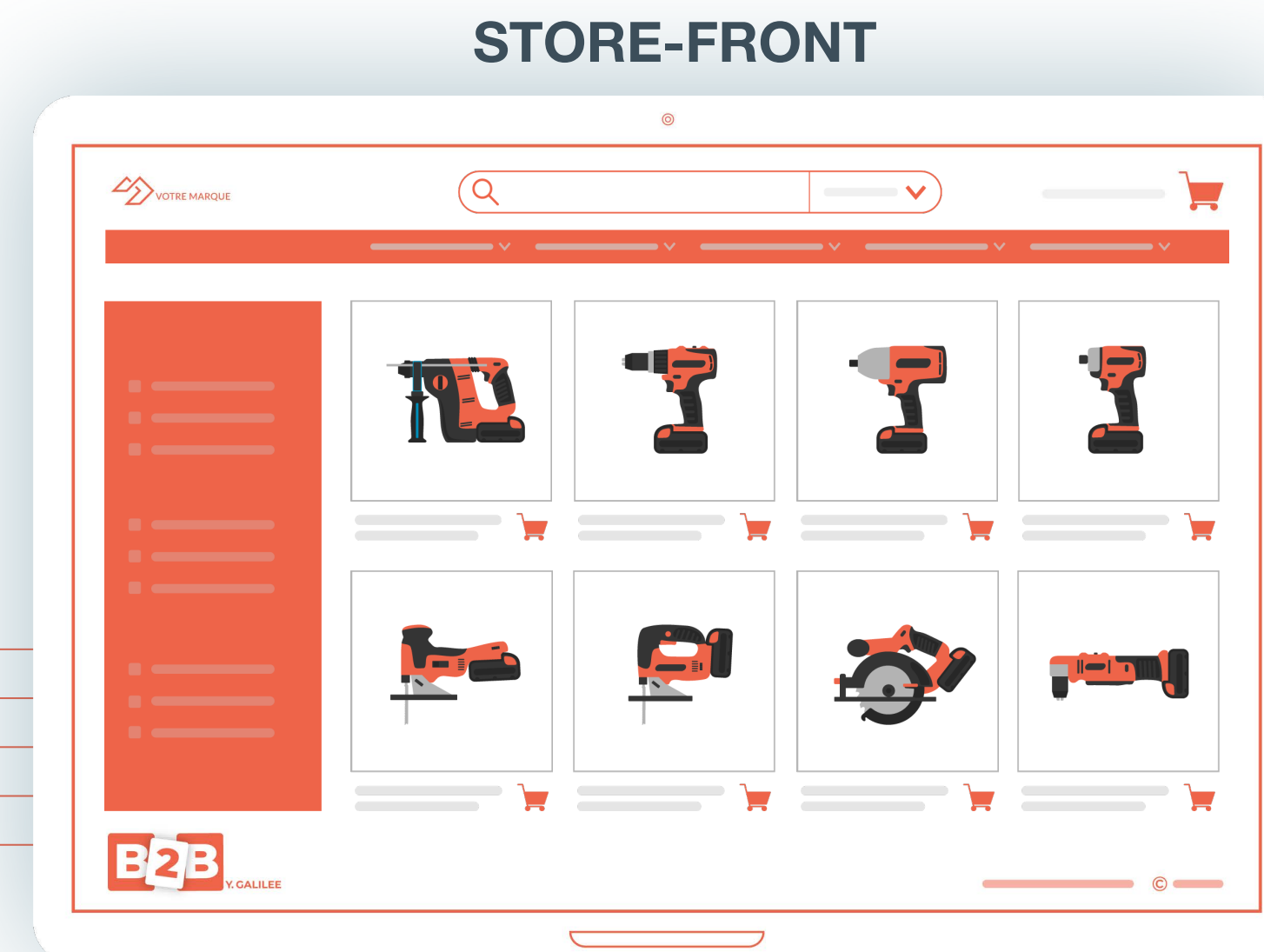
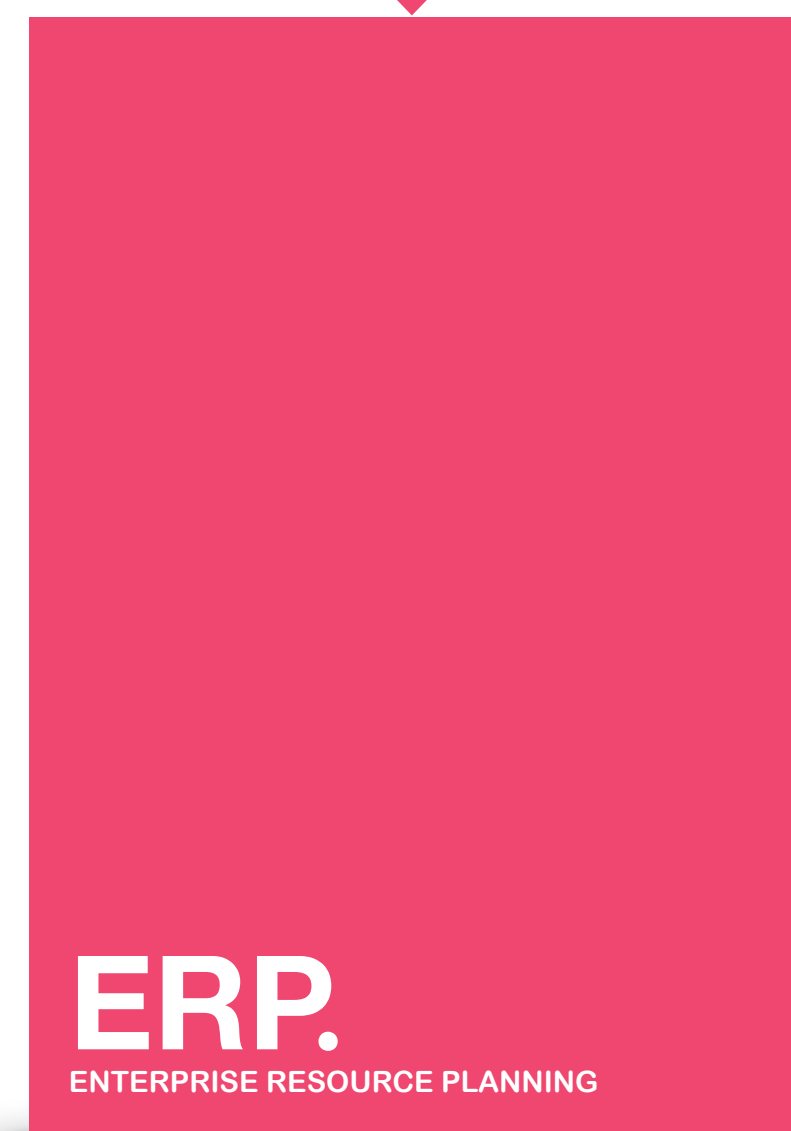


01

Moteur de recherche avancée

Néanmoins, pour gérer des quantités massives d'articles, Magento sera d'autant plus puissant s'il est suppléé par **Elastic Search**. Initialement connu pour ses fonctionnalités de moteur de recherche, **Elastic Search** permet de découpler les capacités de **recherche avancée**.

>200.000 articles



INFORMATION PIPELINE

01

Moteur de recherche avancée

Les résultats de recherche sont enrichis et comportent l'image du produit, son prix, son nom, sa référence et éventuellement une action comme mettre directement le produit dans le panier. L'objectif est de servir l'expérience utilisateur pour amener l'internaute à aller au bout de sa démarche : acheter.



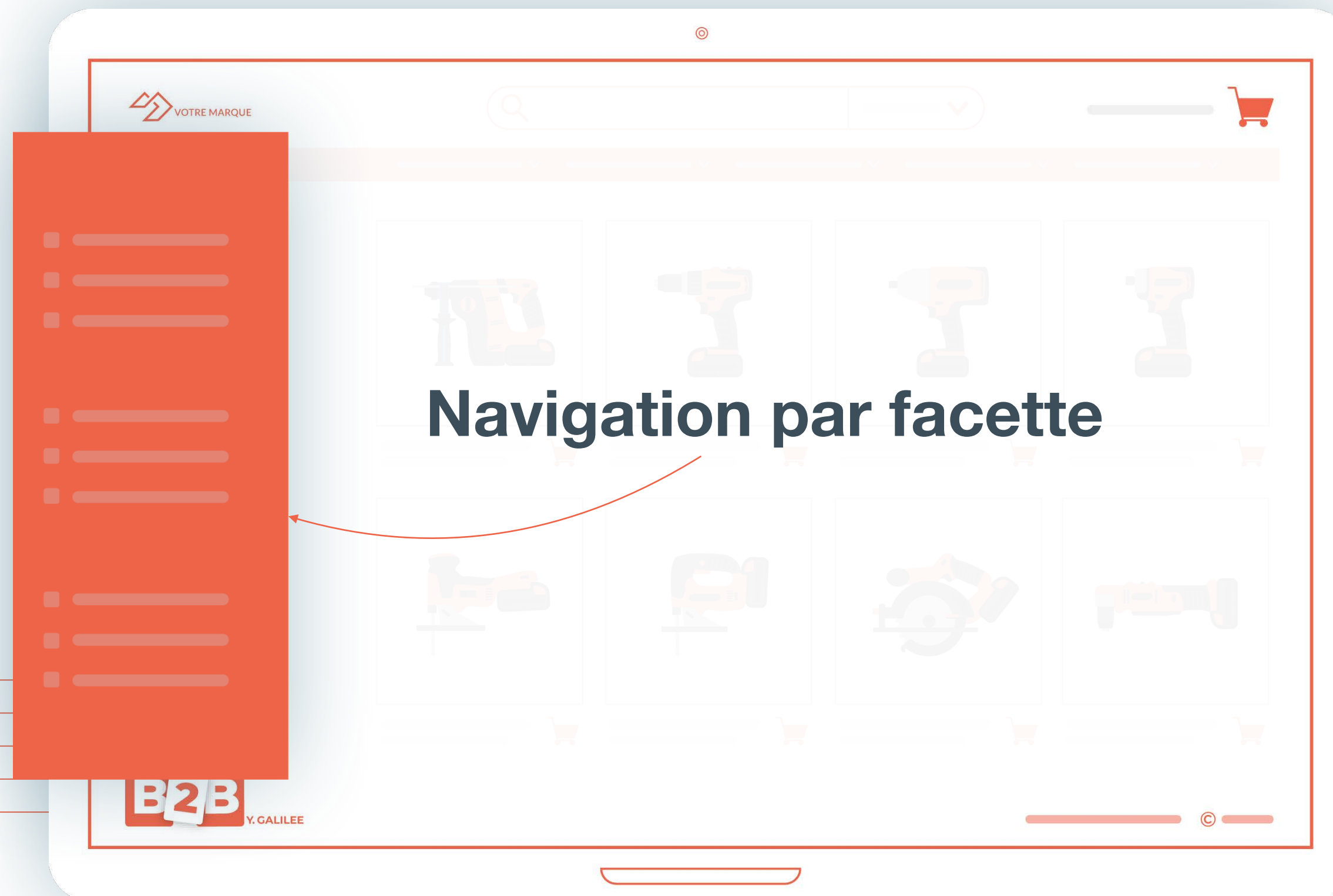
SOCIÉTÉ
CLIENT 01



01

Moteur de recherche avancée

La navigation par facette permet de disposer dynamiquement des métadonnées associées aux produits. Par exemple, les listes des fabricants impliqués, les fournisseurs associés, les différents comparatifs de prix, les filtres par types d'informations pour la recherche, etc.



SOCIÉTÉ
CLIENT 01



01

Moteur de recherche avancée

Le big menu, quant à lui, permet de présenter en un seul menu, un maximum d'informations sur les différentes catégories disponibles. Lorsqu'une offre dispose de nombreuses catégories, la navigation n'en est que facilitée.

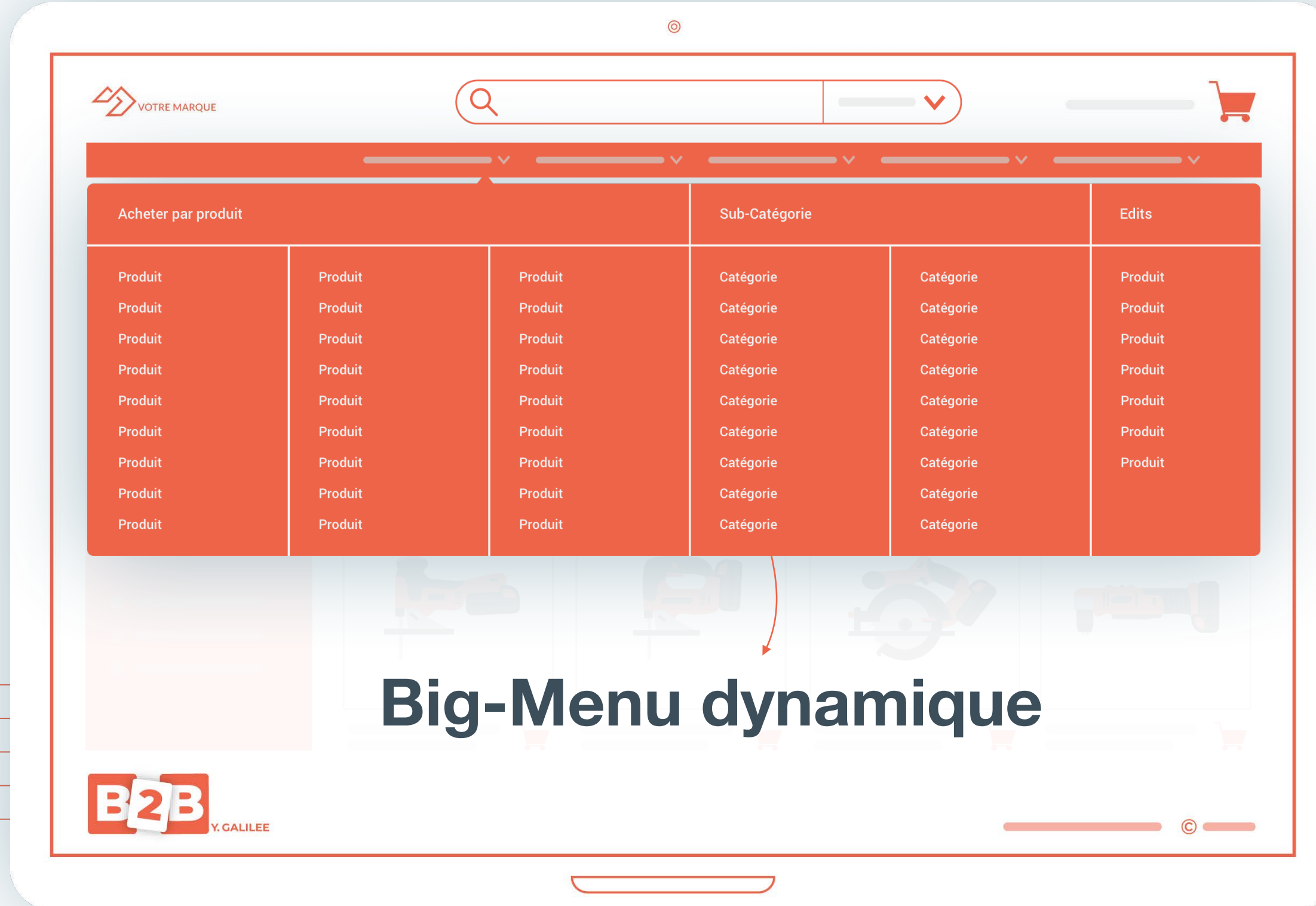


elasticsearch



Magento

B2By Galilée
L'E-COMMERCE B2BY GALILEE



VOTRE MARQUE

Acheter par produit

Acheter par produit			Sub-Catégorie		Edits
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit
Produit	Produit	Produit	Catégorie	Catégorie	Produit

Big-Menu dynamique

B2B GALILEE

**SOCIÉTÉ
CLIENT 01**



02

Catalogue spécifique

L'enjeu de cette fonctionnalité est de pouvoir, en tant qu'utilisateur, n'avoir accès qu'aux produits pour lesquels des prix spécifiques sont appliqués pour ma société. Lorsque le catalogue client personnalisé est activé (via un menu en back-office), l'utilisateur connecté ne voit que les produits qui ont un prix spécifique pour sa société. L'ensemble des autres produits n'est pas affiché.

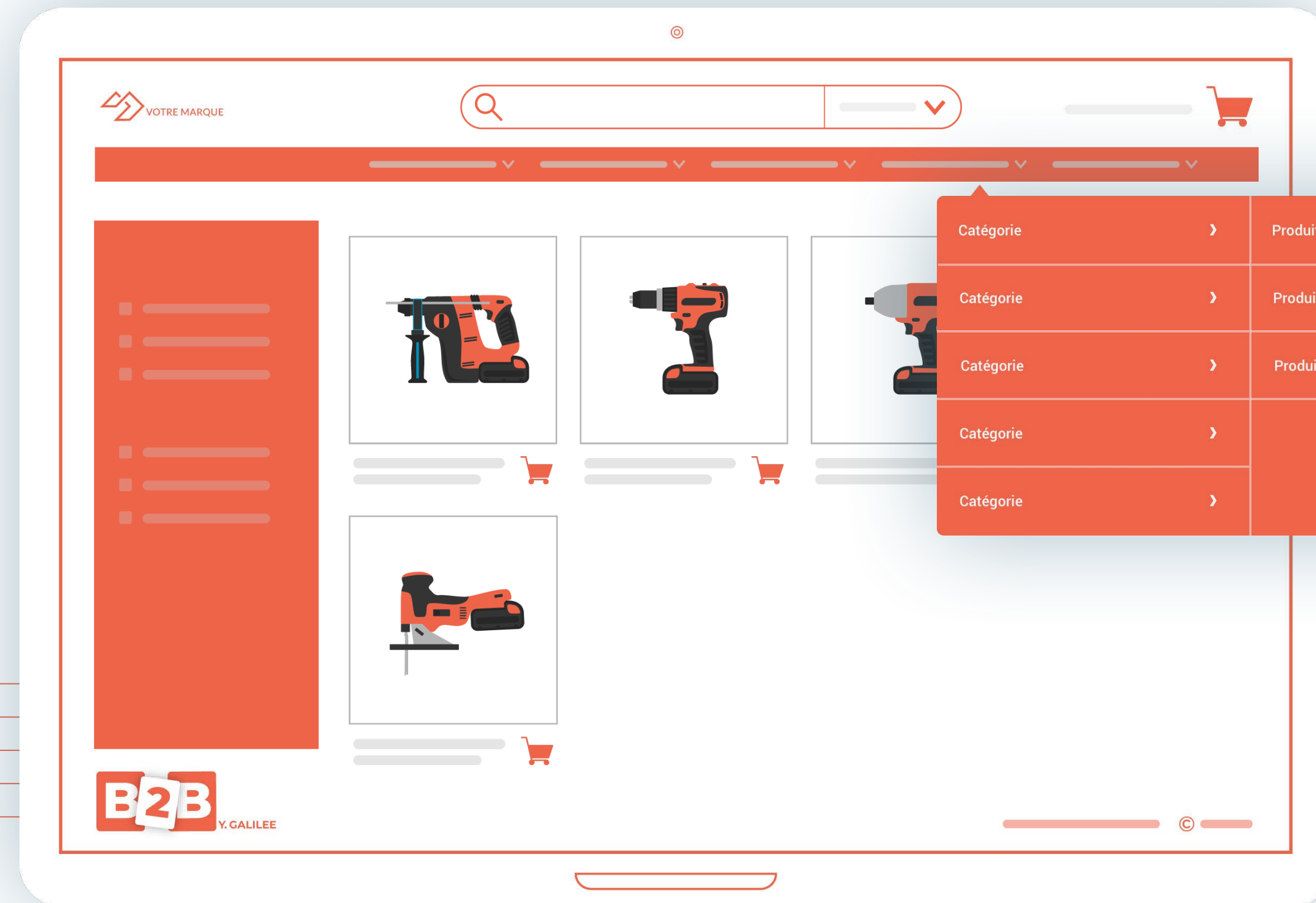


elasticsearch



Magento

B2By Galilée
L'E-COMMERCE B2BY GALILEE



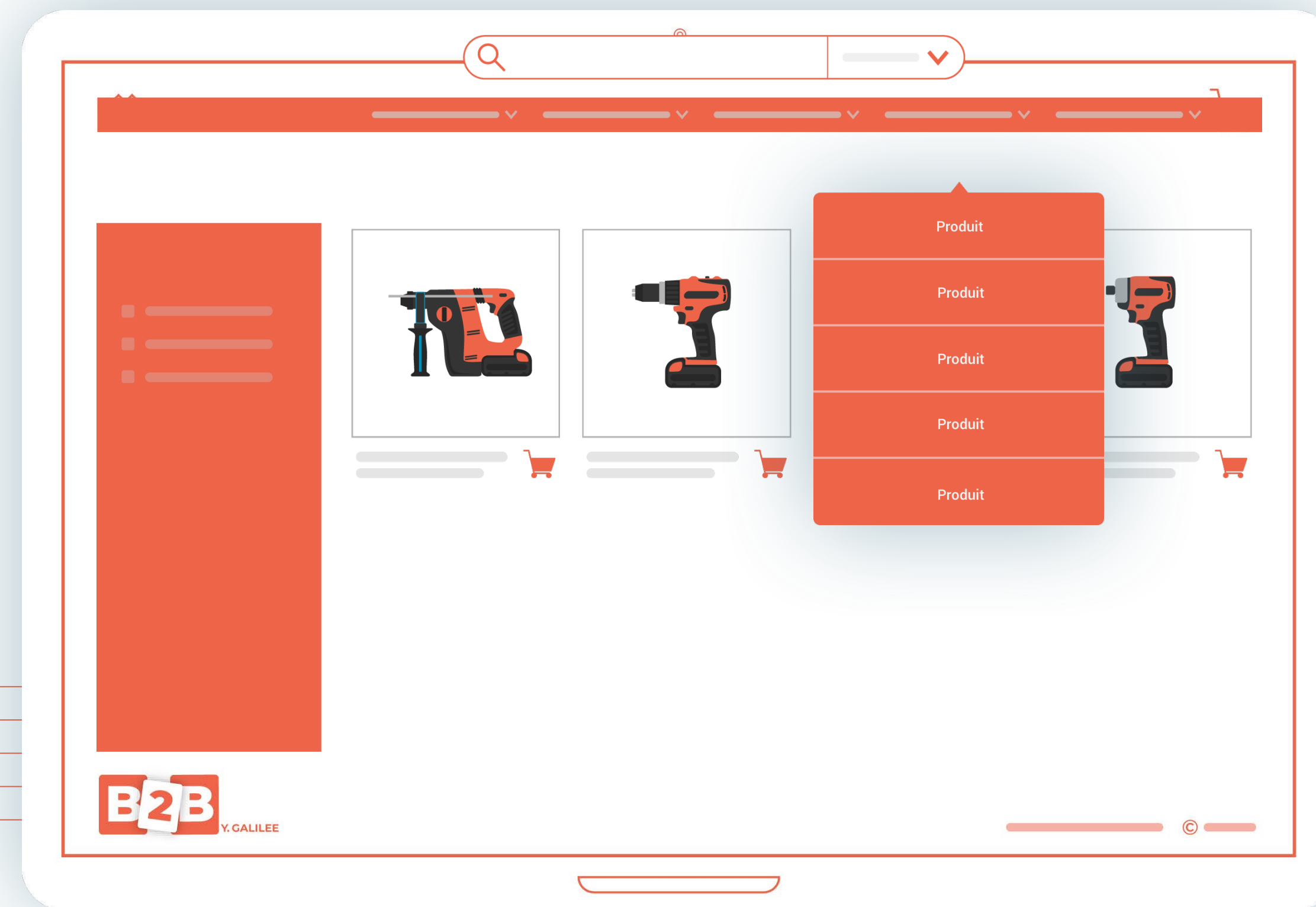
**SOCIÉTÉ
CLIENT 02**



02

Catalogue spécifique

En amont, il est essentiel de définir le catalogue des produits que l'on souhaite proposer à un client, lorsqu'il ne s'agit pas de l'intégralité des articles. Certains ne sont peut-être pas pertinents pour tel ou tel client : affichez-lui des informations personnalisées et son propre catalogue de prix.



**SOCIÉTÉ
CLIENT 03**



02

Catalogue spécifique

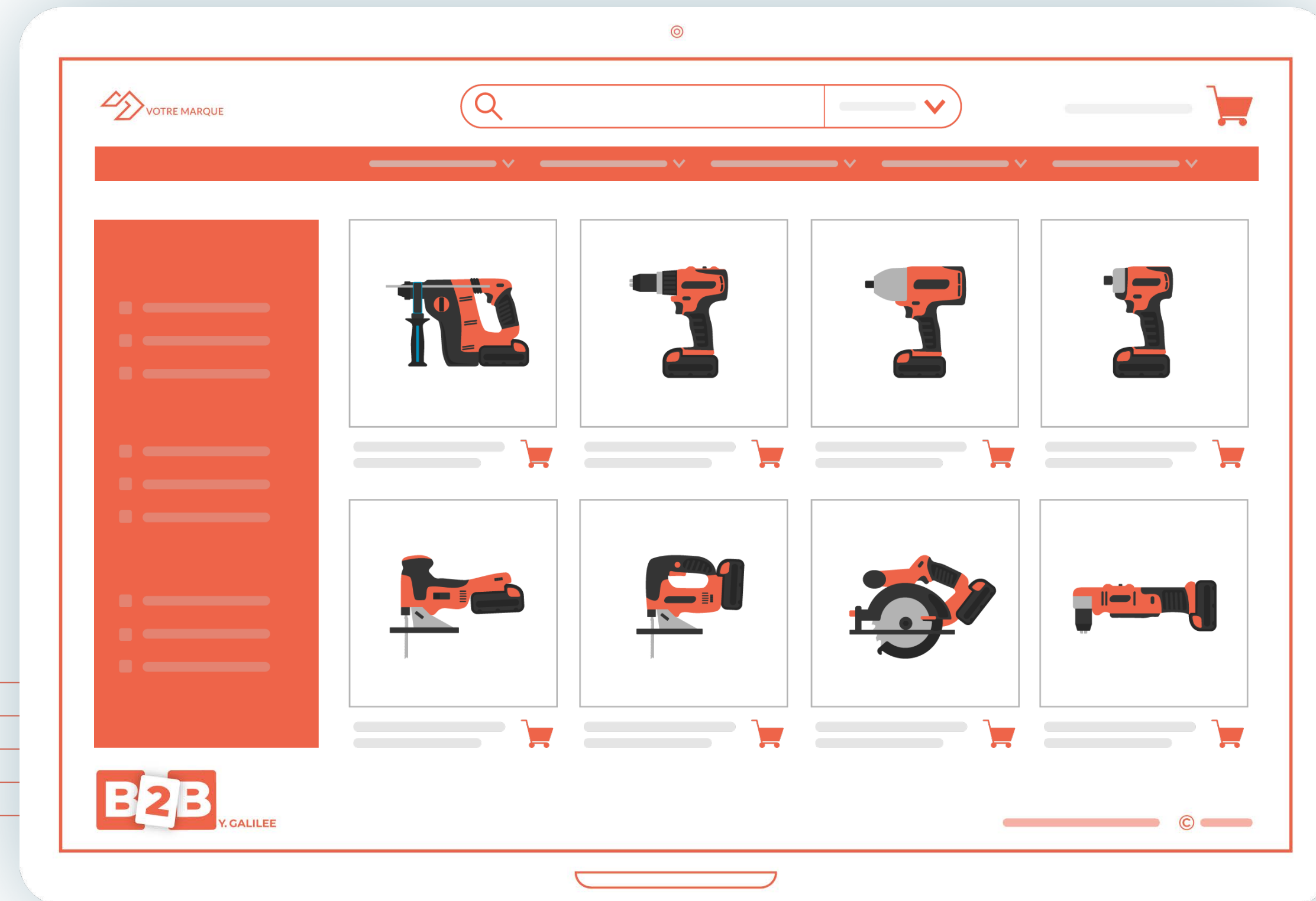
Un produit dispose d'un prix de base : son prix public. Néanmoins, en B2B, les clients peuvent disposer de remises ou de prix spécifiques. Ces prix particuliers pour certaines sociétés sont donc configurés dans l'ERP, en plus du prix public standard, qu'il s'agisse d'un prix classique ou issu d'une règle de calcul par rapport à un accord commercial par exemple.



elasticsearch

Magento

B2By Galilée
L'E-COMMERCE B2BY GALILÉE



SOCIÉTÉ
CLIENT 01



SOCIÉTÉ
CLIENT 02



SOCIÉTÉ
CLIENT 03



200 k Produits

40 Millions de prix

400 Clients

03

Version Mobile

Mettre à disposition une application mobile permet à vos clients de passer commande à tout moment en toute facilité, sachant que :

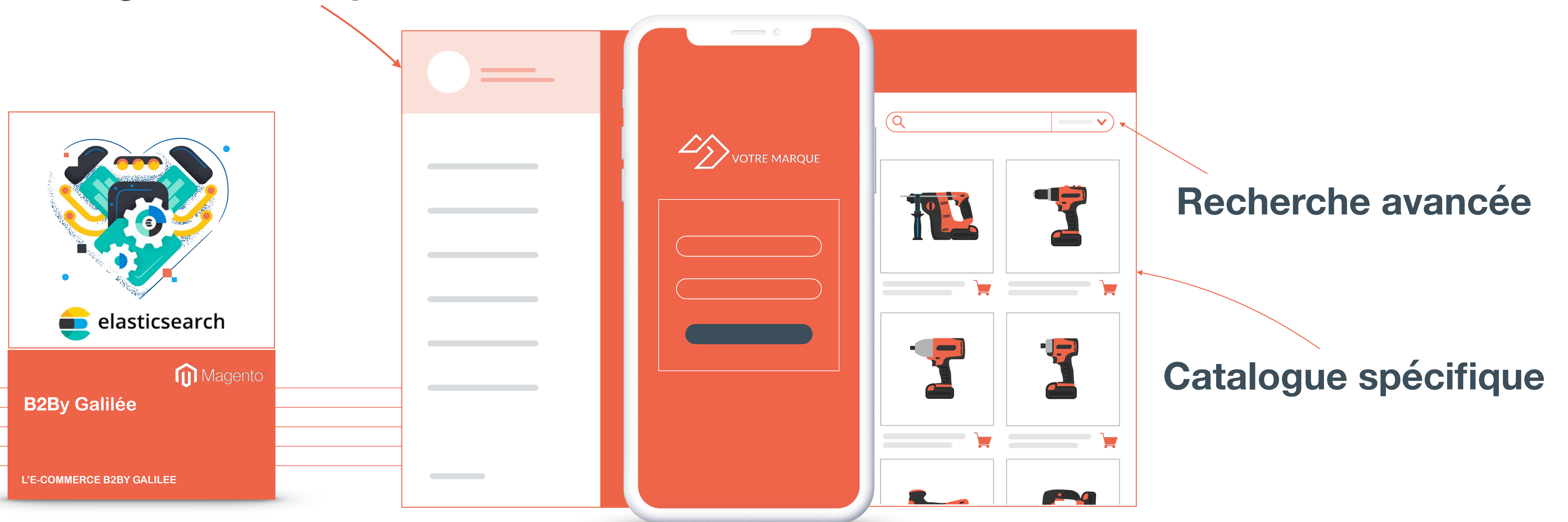
- 91% des acheteurs B2B effectuent leurs recherches principalement en situation de mobilité.
- 1 sur 4 des acheteurs B2B achète en ligne via leur mobile.



03 Version Mobile

Depuis le back-office de Magento, il est possible de configurer et de définir les réglages de l'application mobile qui sera proposée aux clients. Ainsi, lorsqu'un utilisateur se connecte au site via un terminal IOS ou Android, il est invité à ajouter l'application sur son mobile. Il peut alors accéder au contenu du site en responsive.

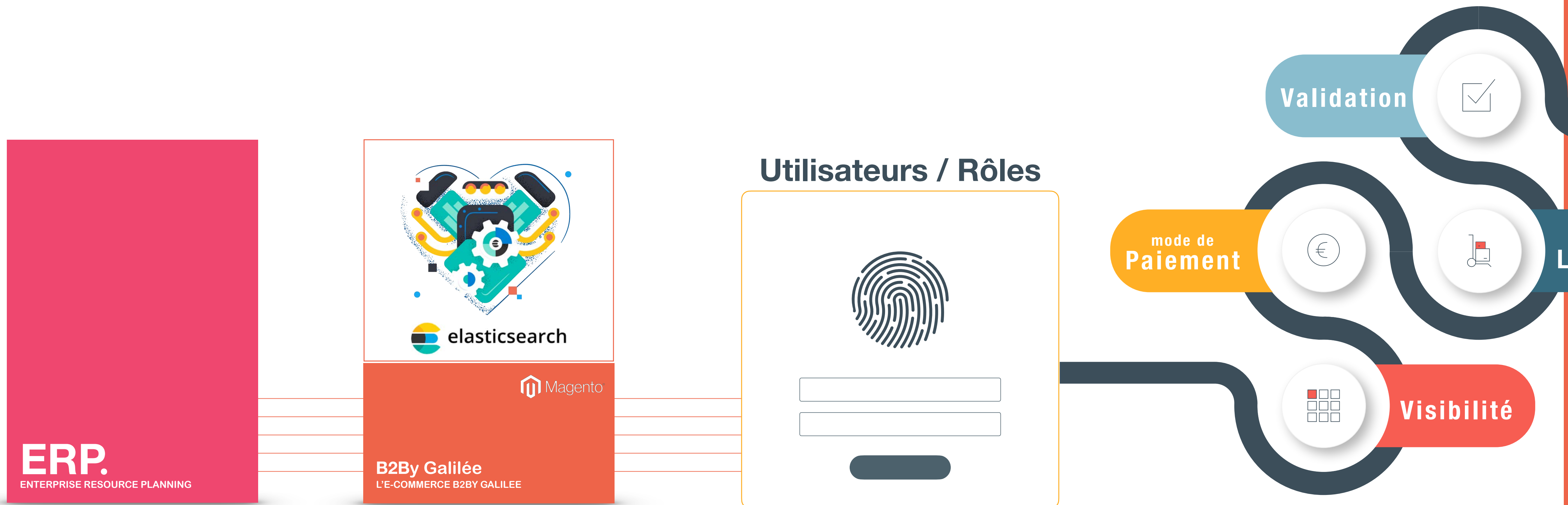
Mega Menu Responsive



04

Digitaliser les processus métiers

Vos processus habituels de commande passent par d'éternels retours, mails, fax, fichiers Excel entre vos clients et vos équipes ou même entre vos commerciaux... Ce qui se solde régulièrement par des erreurs de saisie, des erreurs concernant les produits dont le client avait réellement besoin : une perte de temps et de productivité en conséquence.



04

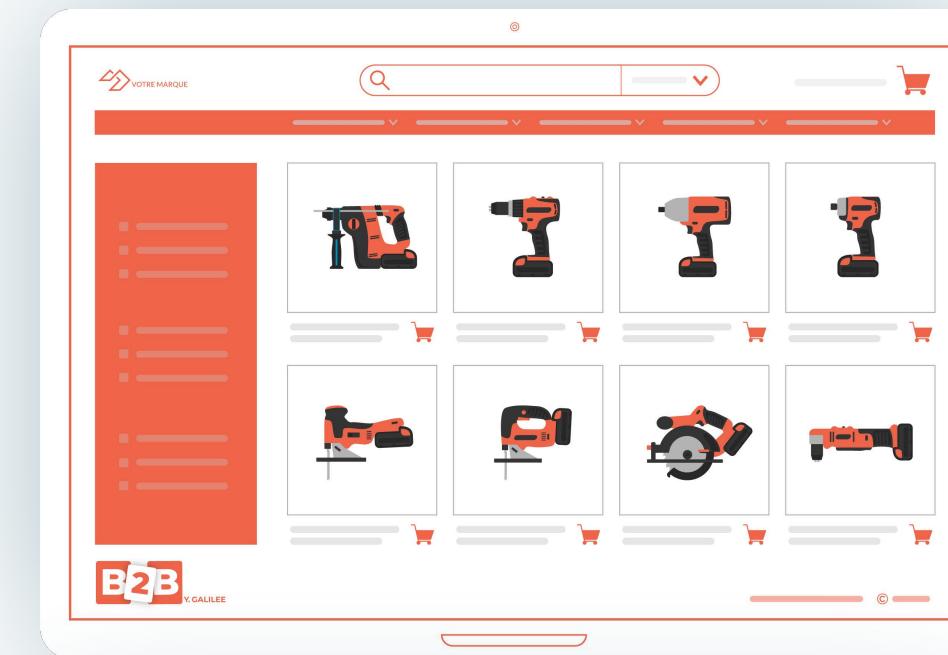
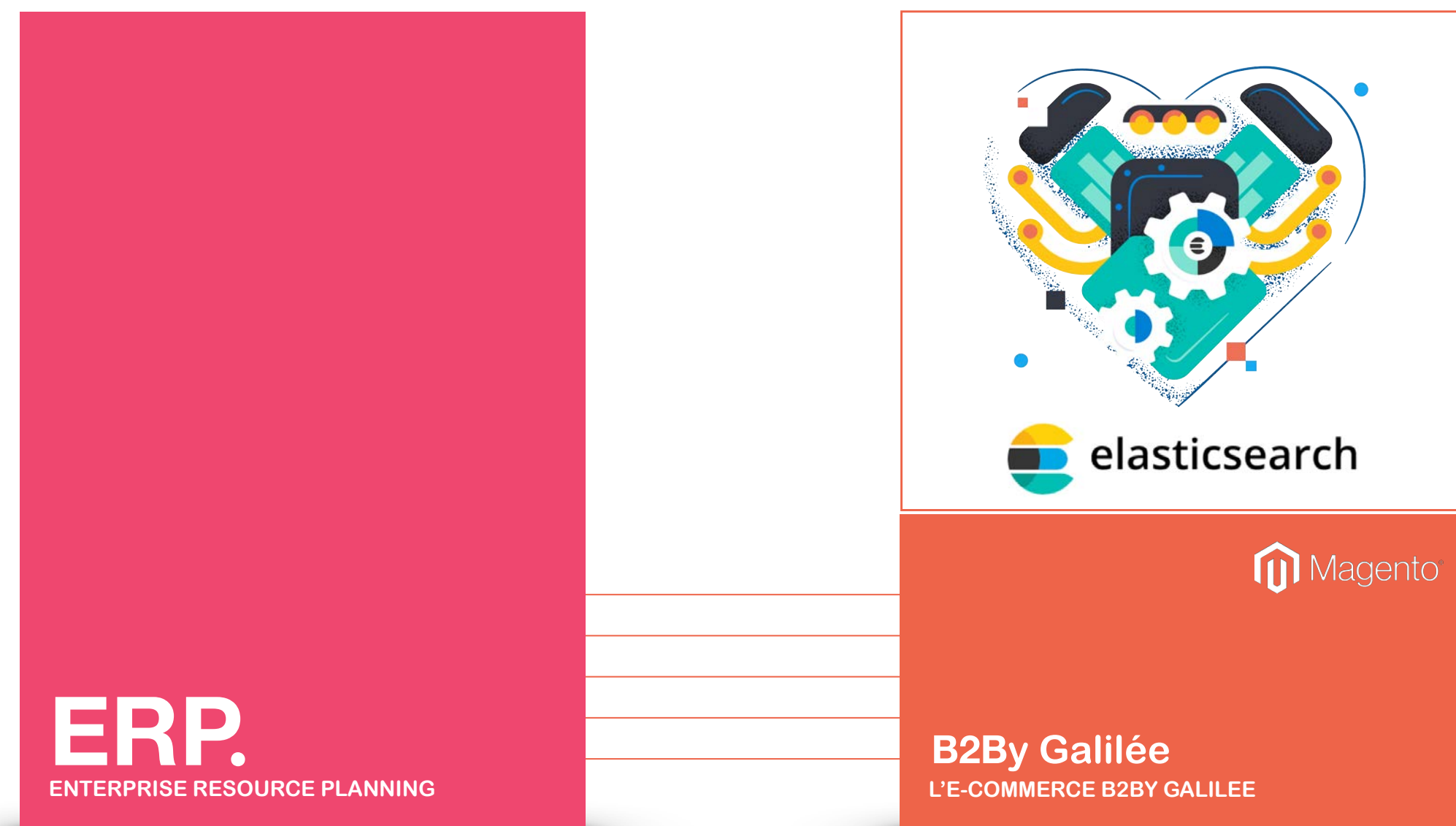
Digitaliser les processus métiers

Digitaliser ses processus métiers c'est bénéficier de fonctionnalités requises pour une expérience achat B2B optimale : une interface personnalisée et ergonomique, la gestion d'un (ou plusieurs) catalogue(s) produit volumineux, une offre ciblée dynamiquement et une gestion des stocks par agence, la demande de devis en ligne, des commandes soumises à validation, des méthodes de paiement diversifiées (plafond de commande, paiement en compte, encours, paiement carte bancaire sécurisé), la livraison à différentes adresses, le respect des normes de sécurité et de confidentialité (RGPD), etc.

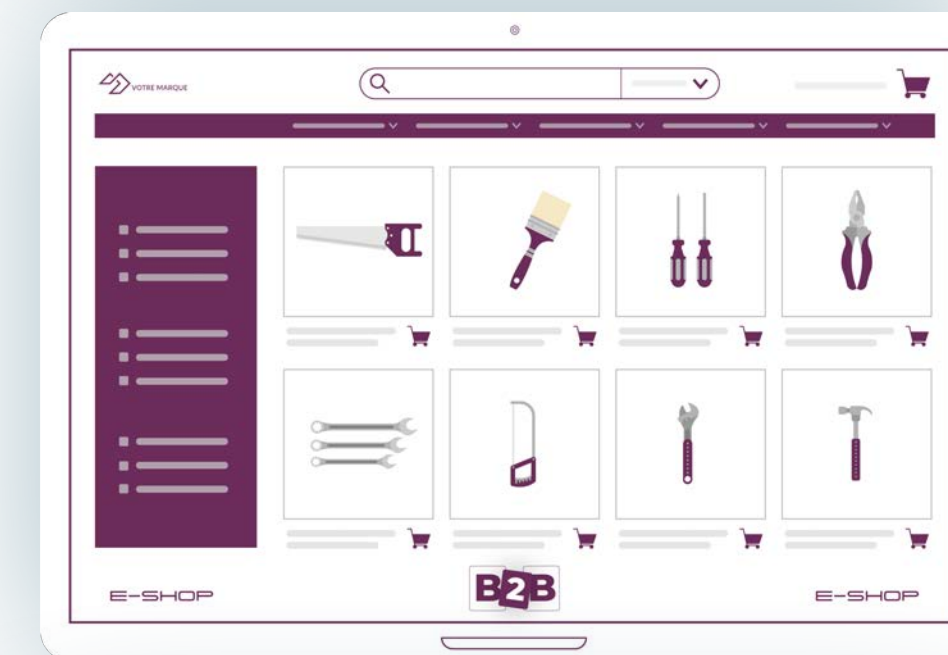


05 | Gestion multisite

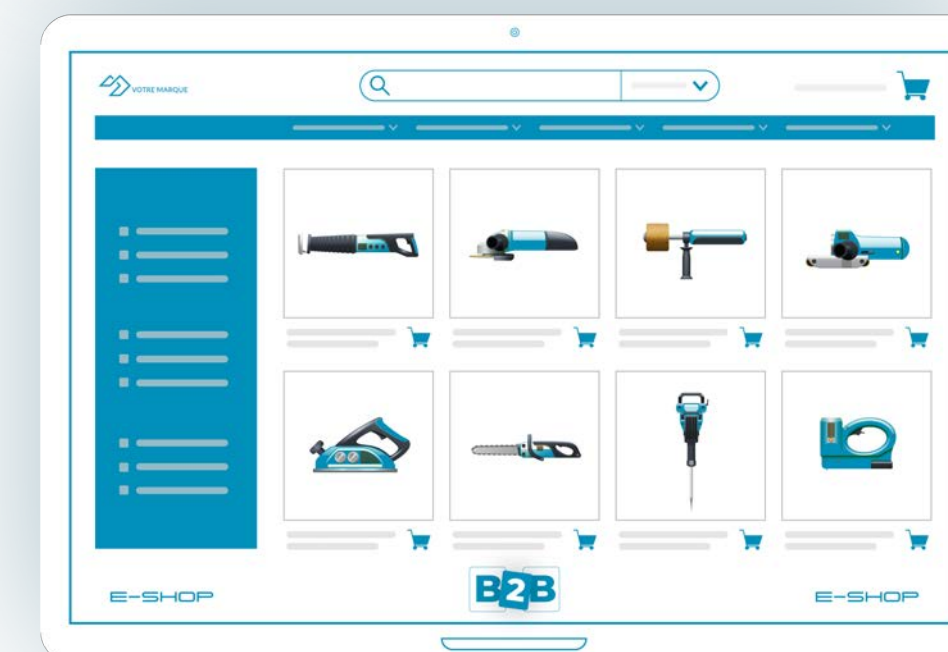
Depuis la même instance de Magento, plusieurs sites web peuvent être créés avec des menus et des designs différents, mais aussi des urls et des catalogues divers. Alignez votre stratégie commerciale avec votre environnement e-commerce B2B et créez plusieurs boutiques pour mettre en avant des offres spécifiques ou différentes marques.



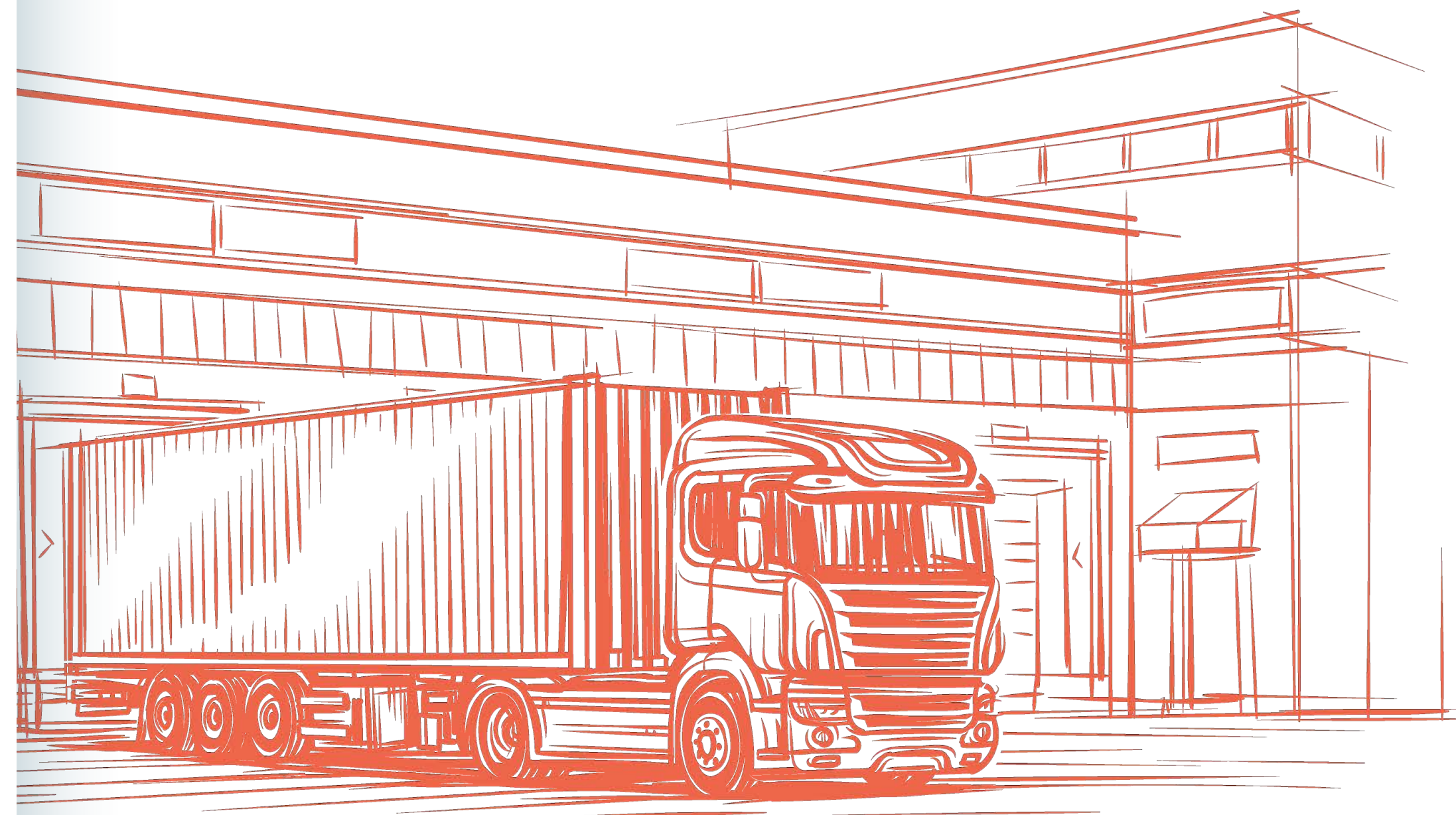
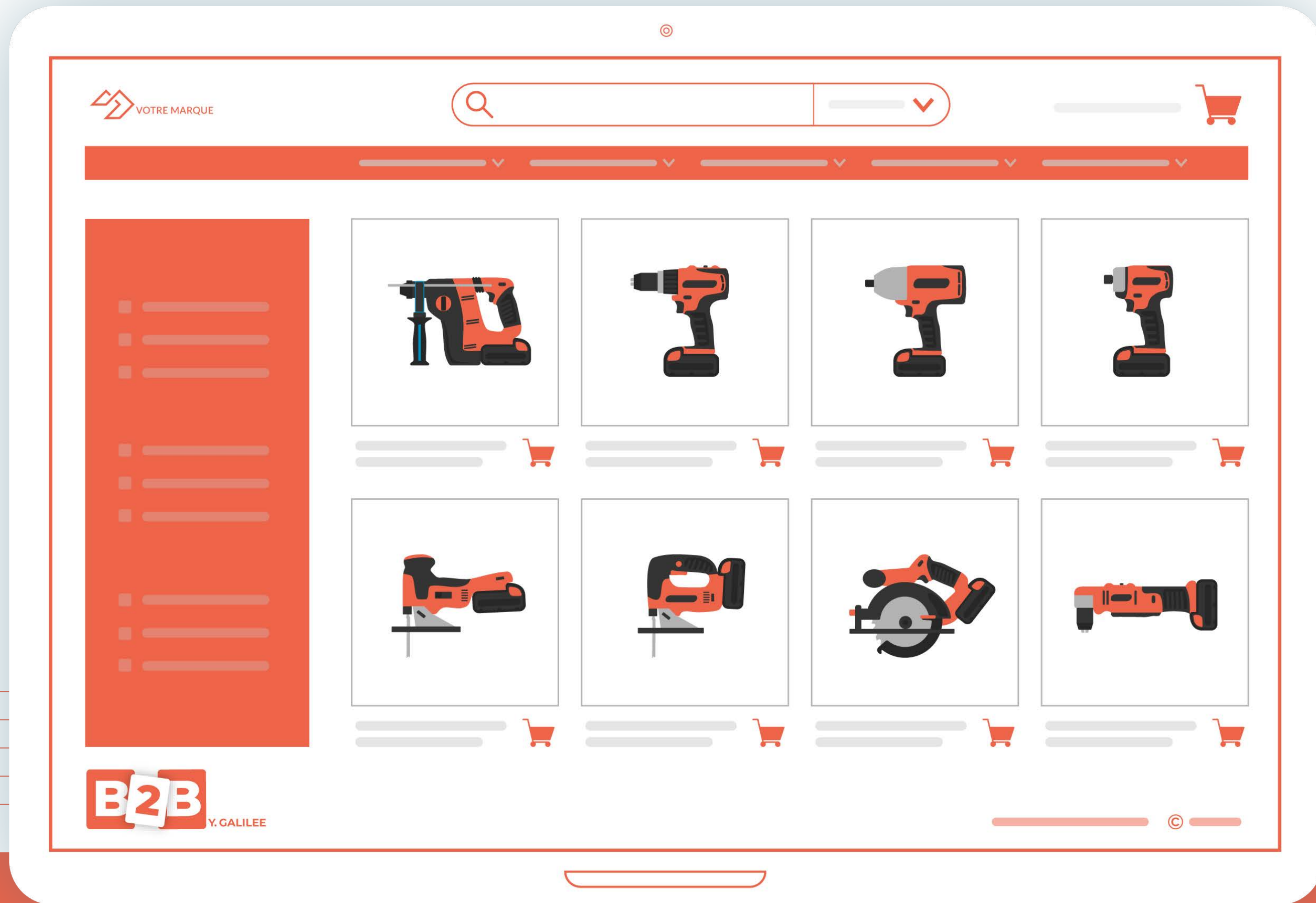
BOUTIQUE 01



BOUTIQUE 02



BOUTIQUE 03

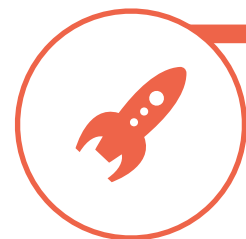
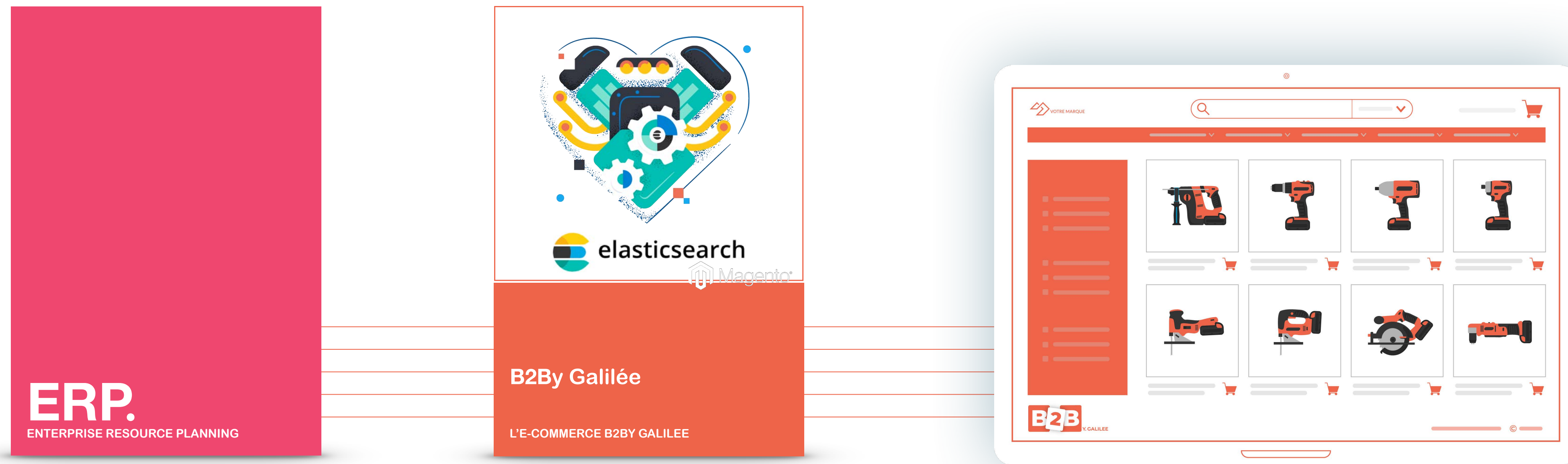


One More Thing?

06

Le MDM pour alimenter son environnement e-commerce B2B

Vous êtes peut-être en prise avec des données dispersées, provenant de plusieurs sources et de formats différents. C'est ici qu'intervient le MDM, en uniformisant l'ensemble des informations composant votre catalogue produit. Les éléments y seront enrichis ensuite, grâce à un ensemble de champs les concernant.



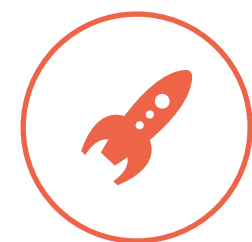
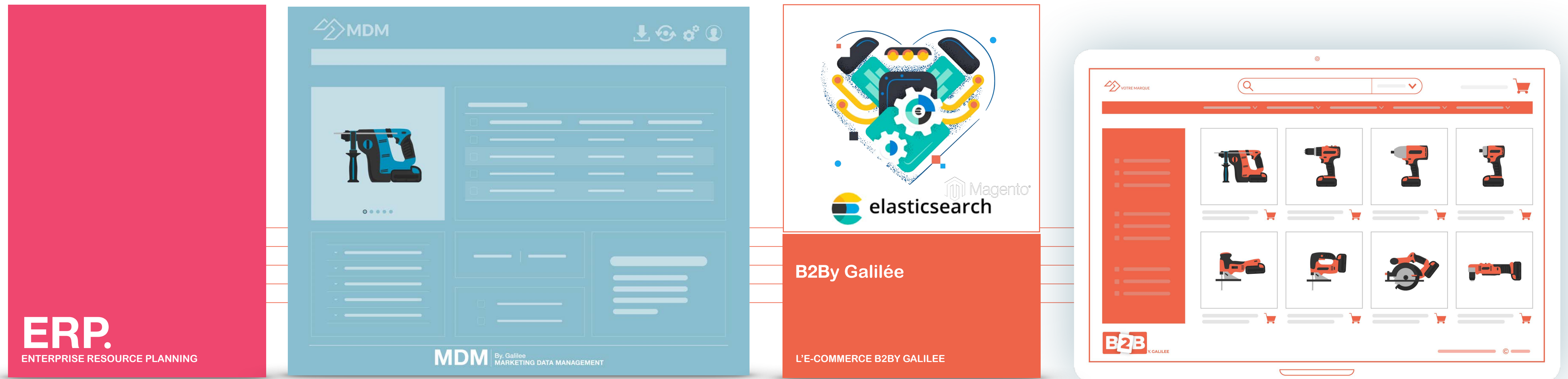
INFORMATION PIPELINE

06

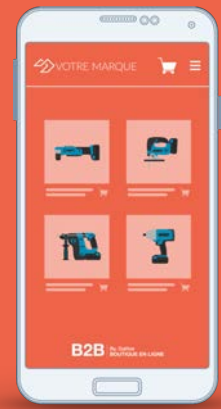
Le MDM pour alimenter son environnement e-commerce B2B

Le MDM permet de structurer et de gérer la donnée pour plusieurs canaux en plusieurs langues, sur différents supports commerciaux et d'alimenter vos catalogues B2B comme B2C. Intégrer la gestion de l'information produit dans sa stratégie e-commerce est une étape primordiale pour enrichir chaque donnée et pour la conditionner en fonction du contexte dans lequel elle va être utilisée.

MASTER DATA MANAGEMENT.



INFORMATION PIPELINE



MARKETING MOBILE
Campaigns



CATALOGUES
commerciaux



EMAIL MARKETING
Campaigns

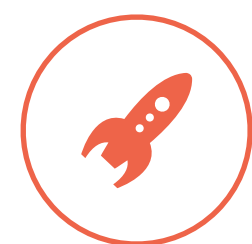
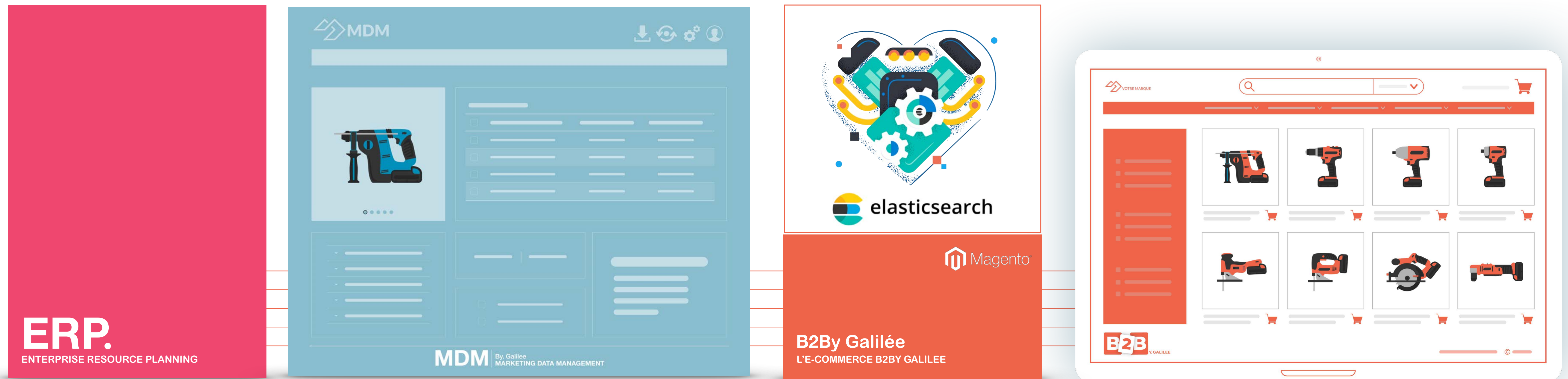


FICHES
produits



PLV

STRUCTURER LA DONNÉE MARKETING POUR SERVIR LES DIFFÉRENTS CANAUX DE DIFFUSION



INFORMATION PIPELINE

L'e-commerce

B2B

en

20
20

3. LES SOLUTIONS SUR LE MARCHÉ DANS UN CONTEXTE CONCURRENTIEL

Les acteurs les plus réputés dans le B2B mettent la barre très haute en terme de coûts d'abonnement et d'intégration. Magento B2By Galilée se positionne sur une approche novatrice qui n'est pas indexée sur le volume de business du site.

Cette offre se concentre sur des **métriques abordables** et envisageables pour toute entreprise communicante, quelle que soit sa taille.

	OROCOMMERCE	MAGENTO (B2B)	HYBRIS	ORACLE / ATG	WEBSPHERE
COÛT DE LA LICENCE	35 k\$ - 250 k\$	22 k\$ à 400 k\$	> 200 k\$	200 k\$ - 1 M\$	> 1 M\$
DÉLAI DE COMMERCIALISATION	4-6 mois	8-10 mois	7-9 mois	12-48 mois	9-12 mois
COÛT MOYEN DE MISE EN ŒUVRE	250 k\$	250 k\$	2 M\$	1 M\$ - 6 M\$	1 M\$
ACCÈS À UNE COMMUNAUTÉ ROBUSTE ET INNOVANTE	Oui	Oui	Non	Non	Non

L'e-commerce



LES OFFRES ACTUELLES SUR LE MARCHÉ

* SOURCE : OROCOMMERCE

en 2020

L'e-commerce

B2B

C'EST DU LOURD !

MAGENTO B2BY GALILÉE :

**L'E-COMMERCE B2B
EST DÉSORMAIS
ACCESSIBLE À TOUS.**

L'E-COMMERCE B2B
EST DÉSORMAIS
ACCESSIBLE À TOUS.

15 k€* | **Coût Annuel Global** (*À Partir De)

2 // 6 mois | **Temps D'intégration**

50 // 80 k€ | **Coût Moyen De Mise En Œuvre**

L'e-commerce

B2B

UNE OFFRE RENTABLE

L'e-commerce

B2B

en

20
20

UNE STRATÉGIE D'INTÉGRATION BASÉE SUR UNE BIBLIOTHÈQUE DE FONCTIONNALITÉS

Chaque réalisation nous permet d'étoffer notre catalogue de fonctionnalités et compose aujourd'hui ce que nous appelons notre **backlog communautaire**.

Il permet ainsi un déploiement rapidement des fonctionnalités les plus standards et de travailler en collaboration avec vous sur vos demandes plus spécifiques. Il est de notre rôle de vous accompagner dans la détection de ces besoins spécifiques, qui pourront eux-mêmes donner lieu à de prochaines fonctionnalités dans notre backlog communautaire.



À PROPOS DE GALILÉE



120

COLLABORATEURS



15M

CHIFFRE D'AFFAIRES

France | Allemagne | USA |

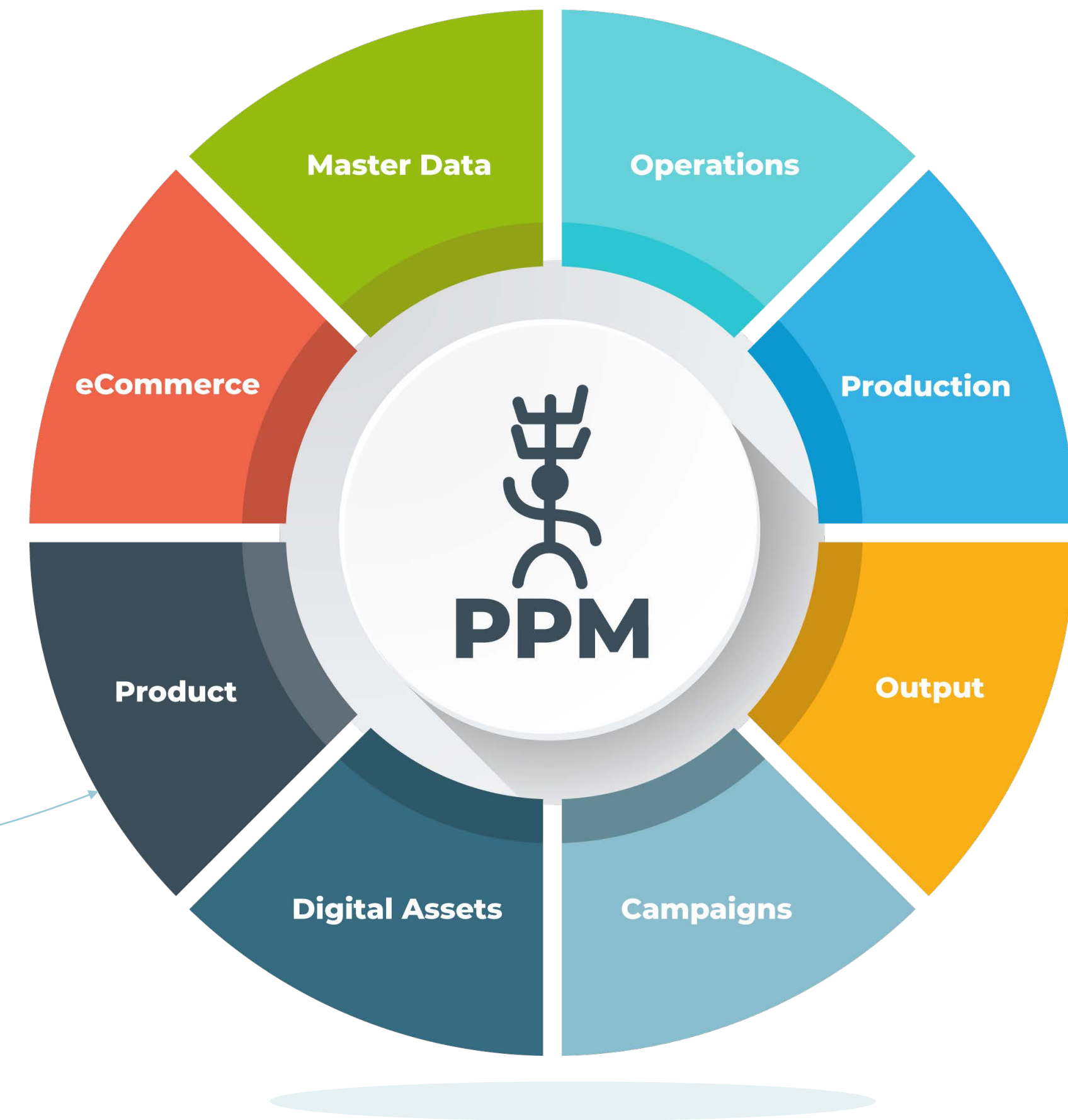




Ce que SalesForce apporte à la donnée CRM...



Est ce qu'une Plateforme de Production Marketing offre pour les données marketing.





MARKETING ASSET

Centraliser les données marketing





POUR LES ENTREPRISES COMMUNICANTES

Qui produisent une grande diversité de matériels marketing

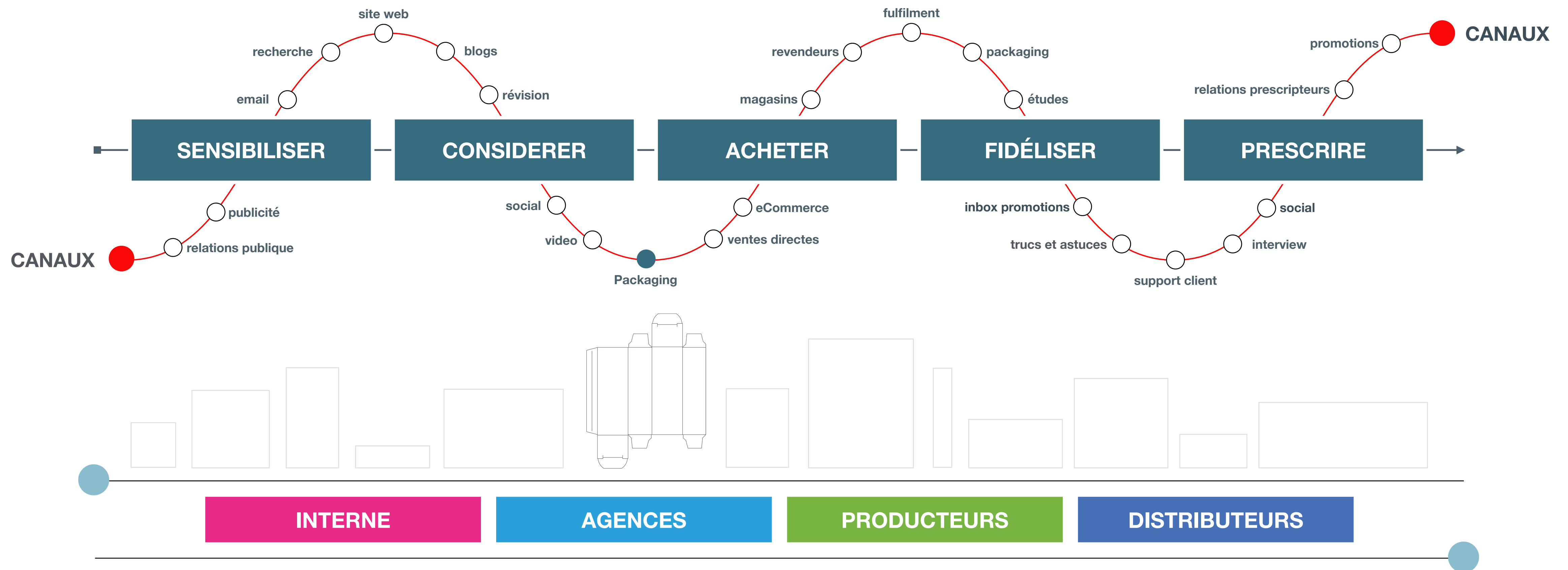




SOCIAL MEDIA

L'INTERACTION CLIENT MULTICANALE

Diffuser sur une multitude de canaux





STRATÉGIE D'INTÉGRATION



CAPITALISER SUR LA MUTUALISATION DES BESOINS MÉTIERS



CAPITALISER SUR LA MUTUALISATION DES BESOINS MÉTIERS



LISTES DE BESOINS



BESOINS SPÉCIFIQUES

EU EXPÉRIENCE UTILISATEUR
Définir les applications utilisateurs

VP VISUALISATION PROCESSUS
Analyse des processus métiers

IA INFORMATION ARCHITECTURE
Analyse et design

WEDIA - GROUPE COMPANY

MODULES

B2B.
E-Commerce Storefront

BP.
Brand Portal

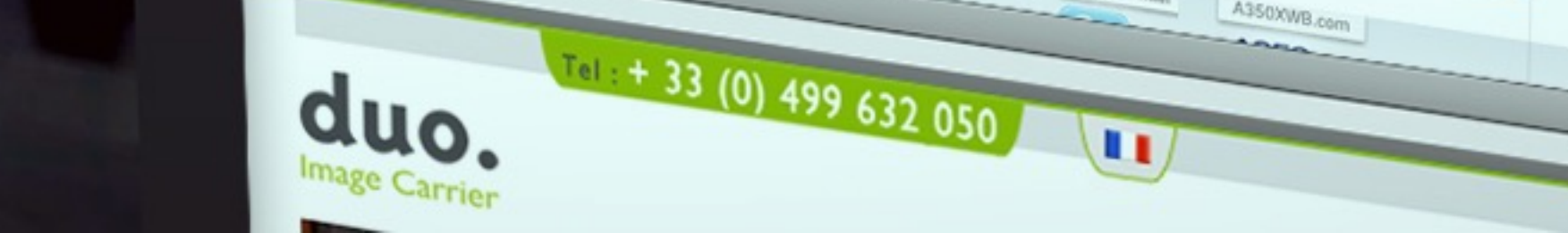
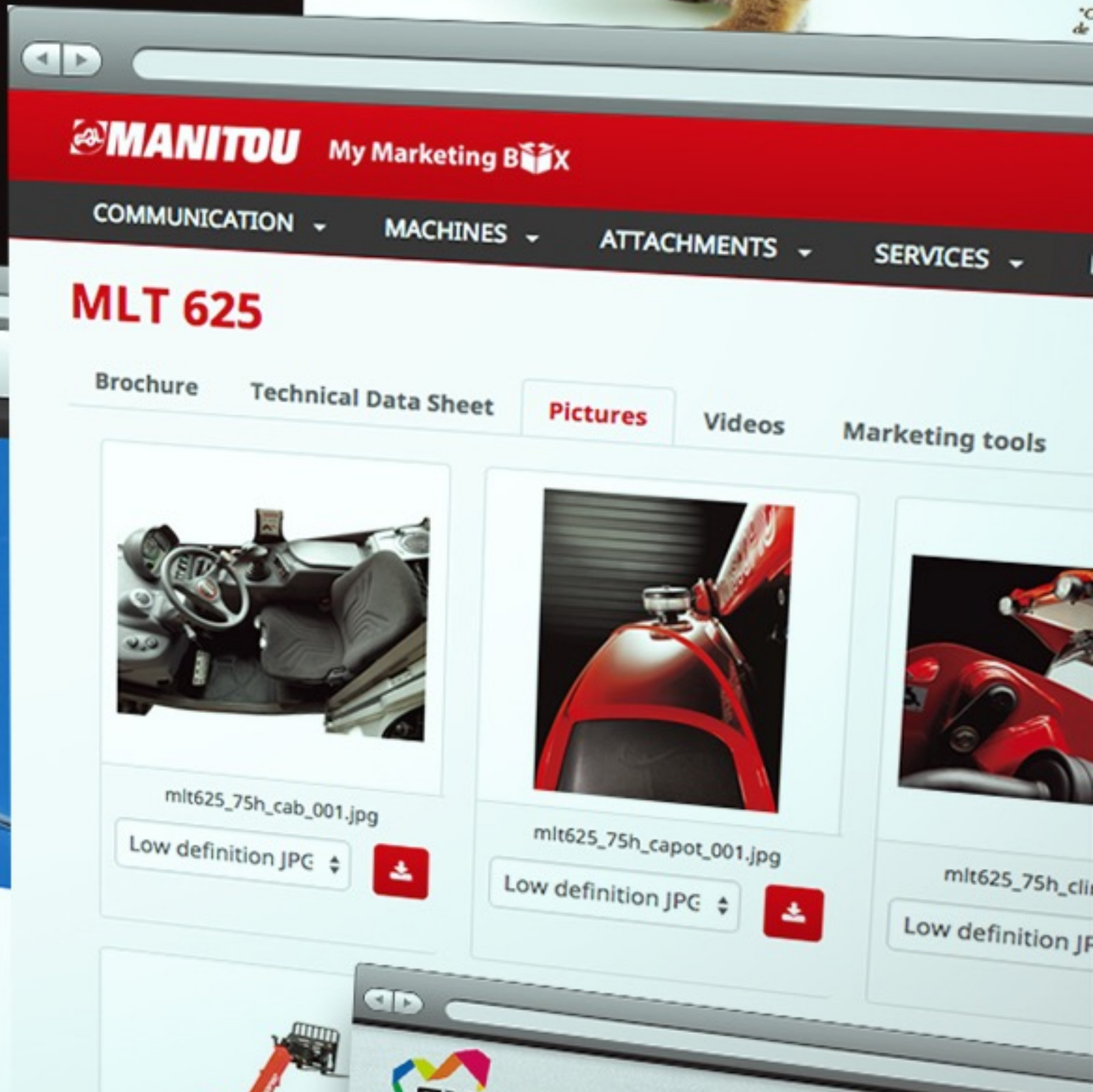
EP.
Easy Packaging

PM.
Production Management

W2M.
Web-2-Marketing

BACKLOG COMMUNAUTAIRE

	 ajouter
	EXPÉRIENCE UTILISATEUR ajouter
	 ajouter
	 ajouter
	 ajouter
	 ajouter



L'e-commerce

B2B

en

20
20

CONSULTEZ NOS EXPERTS

Call. 05 56 38 58 38

Email. serviceclient@galilee.fr | Visitez. www.galilee.fr