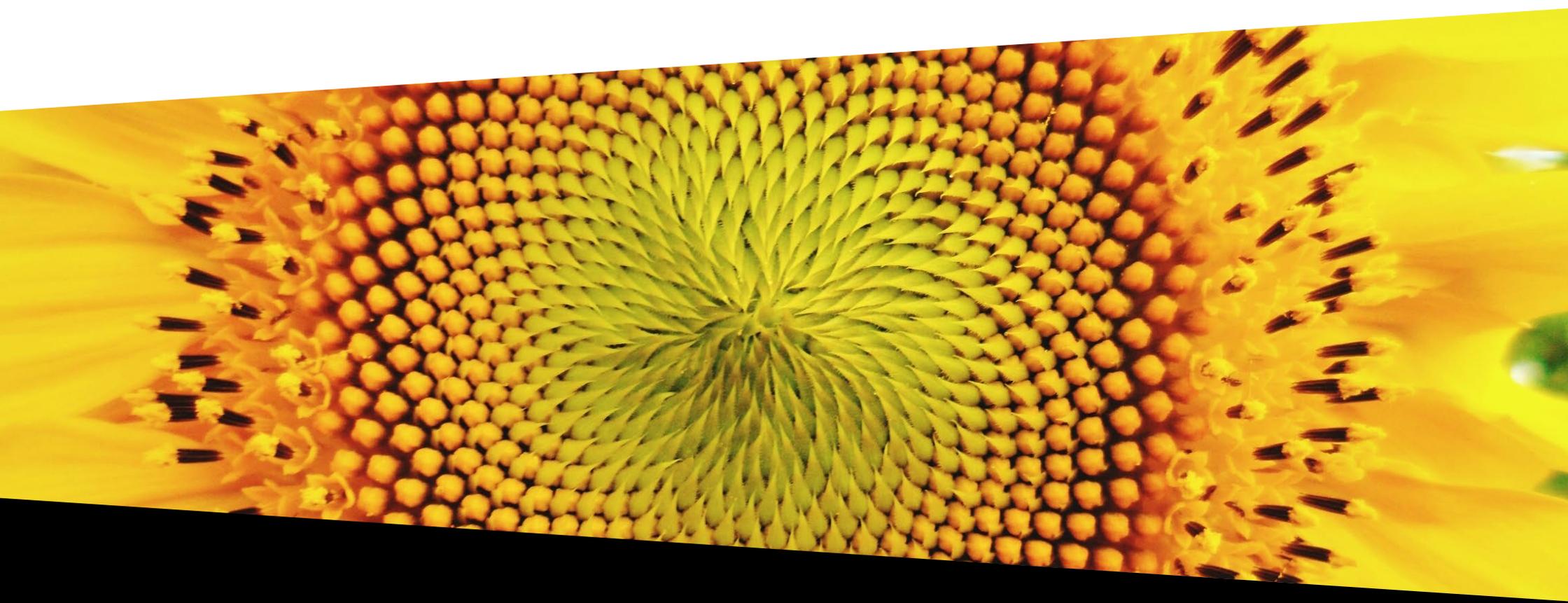


# L'hybride, facteur de croissance

Trois entreprises en pleine expansion grâce à des modèles de e-commerce hybrides B2B et B2C



# Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises sortent des sentiers battus.

Elles combinent les modèles commerciaux B2C et B2B de manière inédite et innovante. Les marques grand public se transforment en grossistes pour vendre directement à de grandes entreprises. Inversement, les marques B2B créent des points de vente directe, donnant aux petites entreprises une expérience similaire à celles des consommateurs.

Il n'est cependant pas facile de changer de voie, que vous adoptiez un nouveau modèle B2B ou B2C. Les entreprises B2B

doivent apprendre à séduire leurs clients. Et les entreprises B2C doivent comprendre les complexités de la vente B2B.

La bonne nouvelle, c'est que de nombreuses sociétés ont adopté un modèle commercial hybride qui leur a formidablement réussi. Quels points ont-elles en commun ? La volonté d'innover et une plateforme d'e-commerce qui prend en charge le B2B comme le B2C.

Cet ebook se penche sur le cas de trois entreprises qui réussissent grâce à des modèles commerciaux hybrides et à Magento Commerce.

# Le B2B est vraiment différent.

Nombre d'entreprises B2C aspirent à accéder au marché du B2B, qui pèse plusieurs milliers de milliards de dollars. Mais la complexité du e-commerce B2B peut réserver des surprises à des professionnels habitués à la vente B2C.

## **Voici quelques exemples, parmi tant d'autres, des différences que présente le e-commerce B2B :**

- Les cycles de vente initiaux en B2B sont généralement plus longs et impliquent plus d'intervenants.
- Les clients B2B commandent souvent les mêmes produits encore et encore (et encore).
- Les clients B2B ont souvent besoin d'un devis personnalisé avant d'acheter.
- Les achats d'entreprise nécessitent souvent des bons de commande et peuvent impliquer des étapes supplémentaires, comme l'obtention de l'aval du service Achats.
- Les entreprises peuvent avoir des exigences de livraison très particulières qui varient selon leur localisation.
- Les entreprises peuvent exiger des factures plus détaillées, voire d'autres documents.
- Chaque entreprise souhaite disposer d'un catalogue de produits et de tarifs spécifiques.
- Les taux de taxe à appliquer peuvent varier selon le type d'entreprise.



Nombre d'entreprises B2C aspirent à accéder au marché du B2B, qui pèse plusieurs milliers de milliards de dollars.

Étude de cas

## Vente en gros, retail et fantaisie

### A Little Lovely Company crée des décorations amusantes et abordables pour les chambres d'enfant.

La société vend directement aux consommateurs à la fois dans des magasins physiques et par e-commerce. Elle pratique également la vente en ligne auprès de grossistes et de revendeurs. À ses débuts sur Internet, elle a créé une boutique sur Magento Open Source. Mais celle-ci s'est rapidement avérée insuffisante pour soutenir la croissance des ventes B2B.

Au lieu de développer encore sa boutique sur Open Source, la société a commencé à chercher une plateforme e-commerce hybride capable de prendre en charge ses activités B2C et B2B. Ses besoins étaient les suivants :

- une gestion unifiée des ventes B2B et B2C ;
- l'évolutivité et les performances nécessaires pour supporter un trafic élevé et des volumes importants de transactions ;
- une expérience unique pour les acheteurs grossistes et des fonctionnalités de gestion de comptes pour les commerciaux ;
- la possibilité de suivre les localisations et les habitudes d'achat des retailers pour éviter toute concurrence inutile.

La société ne s'est pas lancée seule dans l'aventure Magento Commerce, mais s'est adjoint les services du partenaire en solutions néerlandais Guapa. Guapa a recommandé une approche privilégiant le B2B lors de la migration, car les grossistes représentent le marché le plus important pour A Little Lovely Company. Celle-ci s'est complètement approprié la solution grâce à des personnalisations, dont un système de commande avec code couleur qui facilite la tâche des responsables de compte B2B.

## A Little Lovely Company

### Magento Commerce : l'union du B2B et du B2C

A Little Lovely Company a choisi Magento Commerce comme plateforme e-commerce, notamment pour les raisons suivantes :

- **Évolutivité et performances** : sa conception permet de gérer facilement les pics saisonniers au niveau de la demande et du trafic web.
- **Richesse des fonctionnalités B2B et B2C** : elle fournit un ensemble complet de fonctionnalités pour le commerce B2B et B2C.
- **Fonctionnalités multicanal** : ses capacités multicanal permettent de faire le lien entre magasins virtuels et physiques, ainsi qu'avec les retailers partenaires.

**Société** : A Little Lovely Company, fondée en 2014

**Taille** : 80 employés, deux magasins, 4 200 revendeurs et 3 000 comptes grossistes

**Besoins** : ventes aux grossistes et retailers (B2B + B2C), évolutivité, prise en charge de plusieurs magasins et pays, personnalisation simplifiée

**Solution** : Magento Commerce

**Partenaire** : Guapa

**Résultat** : 133 % de croissance en glissement annuel dans les mois qui ont suivi la migration

En savoir plus sur [magento.com](https://magento.com)

Étude de cas

## La high tech à la portée des entreprises et des particuliers dans toute l'Asie

**La division Asie-Pacifique de HP, Inc., pionnière de l'électronique, se spécialise dans les PC, les imprimantes et les accessoires.**

La division Asie-Pacifique de HP, Inc. fabrique des imprimantes 3D qui sont même capables d'imprimer leurs propres pièces de rechange. La société vend en ligne et en magasin, et sa clientèle comprend des particuliers et des PME, auxquels s'ajoutent des programmes d'achat réservés aux collaborateurs. Autrement dit, elle applique un modèle commercial hybride englobant B2B et B2C.

Au début de son activité e-commerce, la société a utilisé Magento Commerce 1.x pour créer des boutiques web en Thaïlande et en Indonésie. Cette expérience initiale a révélé qu'un modèle B2C élémentaire ne lui suffisait pas. Il lui fallait une plateforme de e-commerce dotée de fonctionnalités B2B et B2C pour réaliser les objectifs suivants :

- ouvrir beaucoup plus de magasins locaux et prendre en charge un plus grand nombre de langues ;
- faire le lien entre l'expérience en ligne et en magasin ;

- ajouter des fonctionnalités destinées aux acheteurs B2B, telles qu'un simple tableau de bord des comptes.

### **Magento Commerce : une plateforme unique pour le commerce B2B et B2C dans cinq pays**

La division Asie-Pacifique de HP, Inc. a décidé de migrer vers Magento Commerce 2, qui offre un modèle hybride B2B et B2C, se prête à un développement à l'international et comprend des fonctionnalités multicanal. Elle l'utilise pour piloter dans cinq pays des boutiques en ligne régionales qui partagent le même back-end portant la marque et les valeurs de HP.

Ce back-end commun fournit une expérience de marque cohérente et des options de gestion conviviales tout en permettant à chaque pays de personnaliser l'interface en fonction des exigences locales. Ainsi, le site indien a testé avec succès un programme de click and collect qui a ensuite été adopté par 600 magasins locaux. Et Hong Kong

# HP, Inc.

a connecté la plateforme e-commerce aux systèmes de point de vente au détail, permettant de réserver en ligne des démonstrations en magasin.

**Société :** HP Inc. (Asie-Pacifique)

**Besoins :** plateforme de e-commerce hybride combinant des fonctionnalités B2B et B2C, et offrant une prise en charge des ventes multicanal et du commerce local

**Solution :** Magento Commerce

**Résultats :** 600 magasins participant au programme de click and collect

Cinq pays ont déployé le commerce hybride avec Magento. D'autres vont suivre prochainement.

En savoir plus sur [magento.com](https://magento.com)

Étude de cas

## Réduction de la complexité, renforcement de la fidélité

**Steelcase vend du mobilier de bureau hautement personnalisé, conçu pour aider les utilisateurs à atteindre leur plein potentiel.**

Ses produits sont fabriqués sur commande, grâce à un nombre de références possibles totalement vertigineux : 25 millions de milliards de codes SKU. Les ventes s'effectuent via un réseau étendu de revendeurs qui desservent aussi bien des particuliers que des entreprises.

Si Steelcase a très tôt adopté la pratique du e-commerce, sa première plateforme ne prenait pas entièrement en charge ses gammes de produits ni son modèle commercial. La société a donc décidé de remplacer son ancienne plateforme et de réinventer l'expérience offerte aux revendeurs et aux clients.

### **Magento Commerce : une expérience sur mesure pour vendre du mobilier sur mesure**

Steelcase a retenu la solution Magento Commerce parce qu'elle offre une souplesse extrême, ainsi qu'un large éventail de fonctionnalités B2B et B2C. En exploitant les catalogues punch-out, Steelcase a pu créer une expérience client entièrement nouvelle, articulée autour des éléments suivants :

- **Des sites propres à chaque client sur lesquels les acheteurs B2B peuvent effectuer leurs achats :** sur ces sites, chaque acheteur répond à des questions pour générer un catalogue de produits personnalisé en fonction de ses besoins et de sa localisation, ainsi que de la disponibilité des produits. L'automatisation du processus de commande a permis de réduire les erreurs et d'accélérer considérablement la sélection des produits.
- **Un moteur visuel de configuration des produits :** via une simple interface, les acheteurs peuvent sélectionner un modèle de chaise basique et en personnaliser les caractéristiques, comme la couleur, le tissu, la forme des accoudoirs, le type de roulettes, etc. Ils affichent ensuite un aperçu de leur chaise personnalisée grâce à une visualisation 3D.
- **La prise en charge des achats en mode « punch-out » :** le mode « punch-out » permet aux acheteurs B2B de démarrer la procédure d'achat dans leur système interne de e-procurement, comme SAP et Ariba, et d'accéder directement et en toute facilité à

# Steelcase

la boutique web de Steelcase, où ils peuvent consulter, rechercher et choisir les produits à acheter. Lorsqu'ils ont fini, le contenu de leur panier d'achat est automatiquement transféré dans leur système de e-procurement, où la vente est validée et convertie en bon de commande.

Steelcase utilise également Magento pour piloter sa boutique en ligne de vente directe aux consommateurs.

---

**Société :** Steelcase

**Taille :** 25 millions de milliards de références, des milliers de sites B2B en développement, 9 % de ventes B2B en e-procurement

**Besoins :** remplacer une solution de e-commerce obsolète par une plateforme moderne, souple et hybride, offrant des fonctionnalités B2B et B2C

**Solution :** Magento Commerce

**Partenaire en solutions :** Catalogues punch-out

**Résultat :** une solution pilotant des milliers de sites personnalisés

En savoir plus sur [magento.com](https://magento.com)

# Comment choisir une plateforme hybride ?

## 10 questions à poser au moment de choisir une plateforme de e-commerce hybride

- Votre plateforme dispose-t-elle d'un ensemble complet de fonctionnalités répondant aux modèles commerciaux B2B et B2C ?
- Votre plateforme peut-elle piloter des boutiques web B2B et B2C à partir d'un catalogue de produits unifié ?
- Votre plateforme prend-elle en charge la gestion des commandes et des ventes multicanal ?
- Votre plateforme permet-elle un développement optimisé pour les appareils mobiles ?
- Votre plateforme comporte-t-elle des outils de développement de pages sans programmation ?
- Votre plateforme est-elle capable de s'adapter pour gérer les pics de trafic pendant les périodes de pointe ?
- Comment pouvez-vous personnaliser l'expérience client en fonction des segments de marché ?
- Pouvez-vous obtenir des données analytiques à partir de plusieurs boutiques ?
- Votre plateforme bénéficie-t-elle d'une vaste communauté de développeurs et de nombreuses extensions préconfigurées pour ajouter rapidement des fonctionnalités ?
- Existe-t-il un vaste réseau international de partenaires en solutions ?

En savoir plus sur le commerce hybride avec [Magento.com](https://magento.com)



## À PROPOS DE MAGENTO

Magento, filiale d'Adobe, est l'un des premiers pourvoyeurs d'innovation dans le e-commerce en mode cloud auprès des cybermarchands et des marques B2C et B2B. Gartner l'a récemment qualifié de « leader » dans l'édition 2018 de son étude « Magic Quadrant for Digital Commerce ». Outre sa plateforme vedette pour le commerce digital, Magento dispose d'une offre solide de solutions cloud omnicanal qui permettent aux cybermarchands d'intégrer des expériences d'achat digitales et physiques avec succès.

Magento est le premier fournisseur dans les classements « Internet Retailer Top 1000 », « B2B 300 » et « Top 500 Guides » pour l'Europe et l'Amérique latine. Il s'appuie sur un vaste réseau international de partenaires en solutions et technologies, une communauté de développeurs très active à travers le monde, et la première marketplace e-commerce d'extensions disponibles en téléchargement sur Magento Marketplace.

[magento.com/fr](https://magento.com/fr)