

Êtes-vous prêts pour une plateforme e-commerce B2B moderne?

Aspirer à la personnalisation, à une prise de commande simplifiée et l'accès aux prix négociés, c'est possible!

Les entreprises B2B devraient donner la priorité à plusieurs éléments clés pour améliorer l'expérience client et favoriser le succès commercial. En adaptant le contenu, les recommandations de produits et les informations tarifaires en fonction de leurs préférences et de leurs interactions passées, elles peuvent créer une expérience utilisateur plus engageante et efficace.

CHECKLIST
CHECKLIST
CHECKLIST

CHECKLIST CHECKLIST CHECKLIST

Rôles d'utilisateur	Permettez aux clients de gérer leur compte d'entreprise et de configurer plusieurs niveaux d'acheteurs ayant des rôles et des autorisations spécifiques.
Punchout	Permettez à vos clients d'accéder et de parcourir les catalogues de produits en ligne sans quitter leurs systèmes internes.
Configurateurs de produits	Fournissez des configurateurs de produits en ligne pour aider les utilisateurs à personnaliser un produit selon leurs besoins.
Tarification différenciée pour les clients	La plupart des clients B2B utilisent un site seulement après avoir signé un contrat et s'attendent à ce que leurs commandes reflètent les remises de volume et les réductions de prix qu'ils ont négociées.
Tarification par paliers	Les paliers de prix sont une excellente opportunité pour inciter à des commandes supplémentaires, par exemple, dépensez 10 000 \$ pour obtenir une remise supplémentaire de 5 %.
Support des bons de commande	Toutes les entreprises s'appuient sur les bons de commande pour suivre les dépenses et analyser les coûts de fonctionnement. Les sites B2B devraient permettre la saisie rapide et facile des bons de commande.
Portail de facturation	Générez des factures à partir de la plateforme e-commerce ou depuis votre ERP. Les portails de facturation prennent en charge plusieurs options de paiement : PayPal, Braintree ou tout autre passerelle de paiement, bons de commande, carte de crédit.
Soumissions de projet	De nombreux clients B2B achètent des articles pour des projets qu'ils livreront à leurs clients. Ils auront besoin d'une soumission pour tous les coûts qu'ils peuvent partager avec leurs clients et collaborer sur les modifications.

CHECKLIST CHECKLIST CHECKLIST

Modèles de soumission	Pour les marchands qui vendent à des entreprises qui fabriquent des produits comme des produits électroniques et achètent des composants électroniques auprès d'un distributeur. Vos clients auront besoin de modèles pour les services qu'ils commandent et souhaitent créer et stocker ces modèles sur le site du marchand.
Commande en grille et vue en liste	Essentiel pour les clients qui passent de grosses commandes chaque mois. Permettez aux utilisateurs de sélectionner les produits et les tailles désirés à partir d'une grille de références ou même de télécharger une feuille de calcul.
Recherche & Merchandising	Des capacités de recherche et de filtrage robustes pour permettre aux utilisateurs d'accéder facilement à l'ensemble du catalogue, combinées à des recommandations de produits basées sur l'IA.
Accès aux commandes des clients	Permettez à vos représentants commerciaux de se connecter au site B2B au nom d'un client afin d'accéder aux commandes et aux listes de courses pour s'assurer qu'elles sont précises et complètes.
Vision simplifiée des stocks	Permettez aux clients de voir quels stocks sont disponibles et quand ils peuvent s'attendre à les recevoir.
Expérience mobile	Une expérience mobile est essentielle car elle garantit l'accessibilité pour les décideurs, ce qui impacte directement l'engagement et les ventes.

Démarrez la mise à niveau de votre plateforme avec des approches modernes

Les entreprises ont deux façons efficaces de mettre à niveau leur plateforme B2B tout en maximisant le potentiel des données: le commerce composable ou une approche hybride.

1 Commerce composable: une approche basée sur les microservices.

Une approche moderne du commerce numérique, impliquant la sélection et l'assemblage de diverses solutions de commerce «best-in-breed» pour créer une application personnalisée adaptée à vos besoins. L'un des principaux avantages du commerce composable est sa capacité à exploiter les données sur différents points de contact. En intégrant des systèmes et des applications MACH, les entreprises peuvent collecter et analyser les données de manière plus exhaustive, ce qui leur permet d'obtenir des informations précieuses sur le comportement et les préférences des clients.

2 Approche hybride: découpler ce qui est vraiment important pour votre entreprise

Une approche hybride commence par une plateforme e-commerce entièrement fonctionnelle telle que BigCommerce, Shopify ou Adobe Commerce, mais l'entreprise choisit de remplacer certaines fonctionnalités préexistantes par des solutions pointues.

Bien que le commerce composable et l'approche hybride offrent des performances considérables, le commerce composable offre plus d'options pour l'intégration de nouveaux outils et des solutions frontales flexibles.



Démarrez votre projet avec l'accélérateur O2

Parce que nous croyons en la puissance et la flexibilité du commerce composable, nous avons développé un accélérateur en partenariat avec commercetools pour aider les fabricants, les distributeurs et les fournisseurs à lancer rapidement et efficacement des plateformes e-commerce composables.

Notre accélérateur est conçu pour les moyennes et grandes entreprises qui souhaitent offrir une expérience de commerce B2B de premier ordre tout en optimisant leur efficacité opérationnelle. Il utilise des composants pré-construits, des intégrations et des meilleures pratiques pour créer rapidement et personnaliser des plateformes composables. En exploitant pleinement le potentiel du commerce composable et des insights basés sur les données, les organisations peuvent gagner un avantage concurrentiel dans le paysage dynamique du marché d'aujourd'hui.

Pour plus d'informations :

[L'accélérateur commercetools B2B d'O2](#)

Un projet en tête? Parlons-en!

O2 Commerce est une firme e-commerce de premier plan spécialisée dans le développement de solutions intégrées, évolutives et innovantes, notamment pour le B2B. Nous vous aidons à élaborer les bonnes stratégies et à choisir les technologies appropriées pour votre plateforme e-commerce, garantissant des performances optimales et une expérience utilisateur réussie.



Simon Robillard
*Vice-président Ventes
& Marketing*

srobillard@o2commerce.com
1.438.940.2539



Charles Guimont
PDG/CTO

cguimont@o2commerce.com
1.418.210.3500



Peter Dalfen
Directeur des ventes

pdalfen@o2commerce.com
1.514.264.5663