

*Optimisez le parcours d'achat
de vos clients B2B:*

**Laissez votre
infra en
faire plus!**

Votre plateforme e-commerce peut être le principal point de contact pour un client, mais répondre à leurs besoins nécessite l'accès à des ressources provenant d'autres systèmes, y compris votre ERP, CRM, PIM et systèmes OMS.



ERP

(Enterprise resource planning)

Intégrer votre système ERP avec votre plateforme e-commerce conduit à une amélioration de l'efficacité, de la précision, de la satisfaction client et de l'avantage concurrentiel. Une telle intégration garantit que les visiteurs reçoivent des informations précises sur les prix et les stocks à chaque visite.

D'autres avantages comprennent :

- **Opérations rationalisées:** Permet la synchronisation en temps réel des données entre votre site et votre système ERP. Cela simplifie divers processus commerciaux, y compris la gestion des commandes, la gestion des stocks et les transactions financières, réduisant la saisie manuelle de données et minimisant les erreurs.
- **Traitement des commandes:** Celles-ci sont automatiquement reflétées dans votre ERP, permettant un traitement des commandes plus efficace. Cela facilite également la génération de factures, de bons de préparation et d'étiquettes d'expédition.
- **Gestion des prix et des remises:** Permet d'appliquer avec précision des prix spécifiques au client, des remises et des promotions, améliorant la cohérence des prix et réduisant les erreurs de tarification.
- **Analyse et reporting:** Les systèmes intégrés fournissent une mine de données qui peuvent être utilisées pour des analyses approfondies et des rapports, par exemple les tendances des ventes, le comportement des clients et la rotation des stocks.

CRM

(Customer relationship management)

Intégrer votre système CRM avec votre plateforme peut vous aider à renforcer vos relations avec vos clients et à améliorer l'ensemble de votre processus de vente de plusieurs manières, notamment en recommandant des produits en fonction de la saisonnalité ou des projets à venir.

- **Vue client à 360 degrés:** Offre une vue complète des interactions de chaque client, y compris l'historique de navigation et d'achat, des communications et les préférences. Cette vision informe vos équipes de merchandising, de ventes et de support sur les besoins évolutifs de leurs clients afin qu'ils puissent fournir des expériences personnalisées.
- **Amélioration du service client:** Les données CRM sont facilement accessibles aux représentants du service client, ce qui leur permet de traiter les demandes, les problèmes et les requêtes de manière plus efficace.
- **Personnalisation:** Ces données peuvent être utilisées pour personnaliser les recommandations de produits, les tarifs et les messages marketing à chaque client, améliorant ainsi l'expérience d'achat et augmentant les taux de conversion.
- **Efficacité des ventes:** L'intégration rationalise le processus de vente en fournissant aux équipes un accès rapide aux informations client, à l'historique des commandes et aux enregistrements de communication. Cela réduit la saisie manuelle de données et les tâches administratives, permettant aux commerciaux de se concentrer sur la vente.
- **Vente croisée et vente incitative:** Les données CRM peuvent identifier les opportunités de vente croisée et de vente incitative en fonction des achats passés et des préférences des clients. Cela peut conduire à une augmentation de la valeur des commandes et des revenus.
- **Soumissions et commandes:** L'intégration CRM permettra aux utilisateurs B2B de visualiser les soumissions et les commandes, ce qui améliorera l'expérience client globale et rationalisera le processus de vente.



PIM

(Product Information Management)

En intégrant votre système PIM à votre plateforme, vous pouvez fournir aux acheteurs les informations critiques dont ils ont besoin pour prendre une décision directement sur les pages de détail des produits, telles que la manière dont le produit est utilisé et les problèmes qu'il résout, ainsi que des vidéos explicatives et d'autres ressources.

- **Promouvoir le libre-service:** Les informations importantes sur les produits sont dispersées dans toute l'organisation. Rassemblez-les et rendez-les disponibles aux visiteurs.
- **Centralisation des données produit:** Sert de source unique de vérité pour les données produit et garantit que toutes les informations, y compris les descriptions, les images, les prix et les spécifications, sont cohérentes et à jour sur votre site de commerce électronique et d'autres canaux.
- **Découverte améliorée des produits:** Fonctionnalités de gestion de la taxonomie et de catégorisation des produits. Cela garantit que les produits sont organisés de manière logique et sont faciles à trouver par les clients grâce à la recherche et à la navigation.
- **Support marketing multicanal:** Prend en charge la distribution des données produit vers divers canaux de vente, tels que les sites e-commerce, les marketplaces et les médias sociaux, garantissant une présence de marque cohérente sur tous les points de contact.

OMS

(Order Management System)

L'intégration d'un système de gestion des commandes (OMS) avec une plateforme e-commerce rationalise les opérations afin de garantir un traitement des commandes efficaces et précis. Une telle intégration favorise la satisfaction du client en fournissant des mises à jour en temps réel sur les commandes et les niveaux de stock, facilitant ainsi le parcours d'achat.

- **Opérations rationalisées et satisfaction client:** Automatise le flux de travail de traitement des commandes, réduisant ainsi l'intervention manuelle et le potentiel d'erreurs. Cette efficacité accélère le traitement des commandes, ainsi que l'amélioration de l'expérience client globale en garantissant une livraison rapide et l'achèvement précis des commandes.
- **Visibilité en temps réel des stocks et des commandes:** Votre plateforme devient une fenêtre sur les niveaux de stock actuels et les statuts des commandes. Les clients peuvent voir la disponibilité des produits et suivre leurs commandes en temps réel, favorisant ainsi la confiance et la transparence, qui sont cruciales pour les relations commerciales à long terme.
- **Données unifiées pour des décisions éclairées:** En tant que hub centralisé pour les données de commande et de stock, votre OMS offre une vue cohérente sur tous les canaux de vente. Vous obtenez une meilleure gestion des stocks, évitant les surstocks ou les ruptures de stock et permettant des décisions d'achat et de réapprovisionnement plus stratégiques basées sur des analyses de données précises.
- **Engagement et fidélisation clients renforcés:** En facilitant un processus de commande et de traitement fluide, un OMS intégré à votre plateforme dépassera les attentes de vos clients.

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](#)

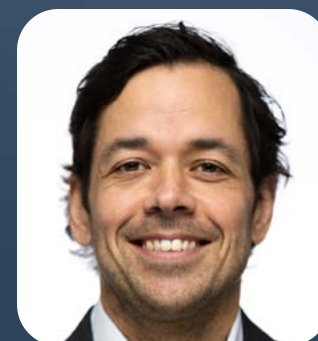
Un projet en tête? Parlons-en!

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