



# Étude de cas

**John R. White:**

Romp le moule du secteur  
B2B de l'alimentation et des  
boissons

*Industrie : Alimentation et les boissons*

*ERP : Dynamics GP*

**k·ecommerce.**  
propulsé par mdf commerce



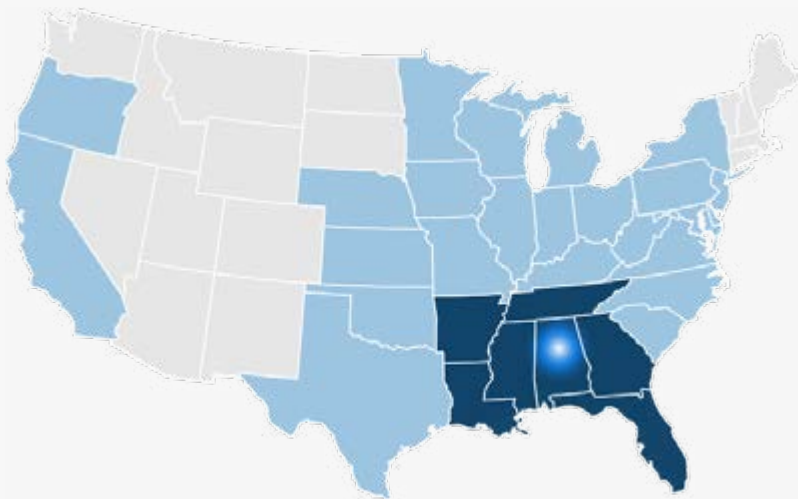


Dans les années 1930, John R. White était un important courtier en denrées alimentaires dans le sud des États-Unis. Un de ses clients, M. L.Q. Patton, est devenu au fil du temps un ami, puis un partenaire commercial.

Lorsque M. White a pris sa retraite en 1947, la famille Patton a acheté l'entreprise et l'a constituée en société. Dans ces premières décennies, elle distribuait principalement des produits laitiers et des ingrédients de boulangerie.

L'entreprise, qui s'est développée et a énormément changé au fil des ans, est aujourd'hui dirigée par le fils de L.Q., Donny Patton. Elle propose plus de 800 ingrédients dans une vaste gamme de produits alimentaires et de boissons, y compris des produits biologiques et naturels.

De plus, John R. White a étendu son empreinte géographique pour servir une grande diversité d'industries partout aux États-Unis, des grands transformateurs de viande aux producteurs de crème glacée.



# Le défi

John R. White a toujours été un joueur avant-gardiste du secteur B2B de l'alimentation et des boissons, et c'est dans cette optique que l'entreprise a décidé de se lancer dans le commerce électronique avec un canal en ligne.


Elle voulait offrir à ses clients un moyen pratique et moderne de faire affaire avec elle en ligne. En particulier, elle souhaitait un site adapté à son secteur et à sa marque, jusqu'à la navigation.

L'entreprise cherchait également un moyen de réduire ses coûts et de gagner du temps. Plus précisément, elle voulait réduire, voire éliminer les activités sans valeur ajoutée, comme la saisie répétitive et manuelle de données.

Et compte tenu de son volume élevé de commandes B2B, il était essentiel de choisir une solution capable de garantir performance, évolutivité et sécurité en ce qui concerne les données de ses clients et ses données commerciales.

## Défis

1. Favoriser la fidélité des clients avec une expérience utilisateur sur mesure
2. Éliminer les commandes et la saisie de données manuelles
3. Haute performance, évolutivité et sécurité



*“ Nous ne voulions pas d'une boutique en ligne typique. Nous recherchions plutôt une liste de produits, avec des quantités de commande standard et des prix par client qui leur permettraient de passer rapidement leur commande. ”*

**David Harris,**  
Président, John R. White

# La croisée des chemins

Tout a changé lorsque le fournisseur d'ERP de John R. White, ACE Microtechnology, Inc., lui a présenté k-commerce.

ACE Microtechnology est une entreprise de services professionnels dédiée à fournir aux PME les solutions commerciales Dynamics GP, Dynamics 365 Business Central (ERP) et Dynamics 365 CRM. Elle offre principalement des produits et services qui améliorent les activités de ses clients, plus particulièrement dans les secteurs de la fabrication de produits légers, de la distribution et de l'hôtellerie.

ACE ne se contente pas de concevoir des technologies ou d'implanter des logiciels; elle apporte une réelle valeur commerciale grâce à sa compréhension du secteur et du modèle opérationnel de chaque client. C'est pourquoi elle savait que k-commerce conviendrait parfaitement à une entreprise du secteur B2B de l'alimentation et des boissons comme John R. White.





Exp. utilisateur  
B2B sur mesure  
en libre-service

## La solution

La solution de k-ecommerce adapte les meilleures caractéristiques et pratiques de l'expérience client B2C au secteur B2B.

C'était donc un choix naturel pour John R. White, qui a pu définir des listes de produits et des prix par client, ce qui va bien au-delà de la simple commande en libre-service et de la gestion des comptes.

L'équipe de conception de k-ecommerce a collaboré avec John R. White pour développer une solution sur mesure reflétant sa vision et proposant un modèle de commande rapide et d'autres améliorations à l'expérience d'achat.

Et l'intégration à Microsoft Dynamics GP, l'ERP de l'entreprise a pratiquement automatisé le traitement des commandes, la facturation et la gestion des données courantes, comme les mises à jour des stocks et des prix.

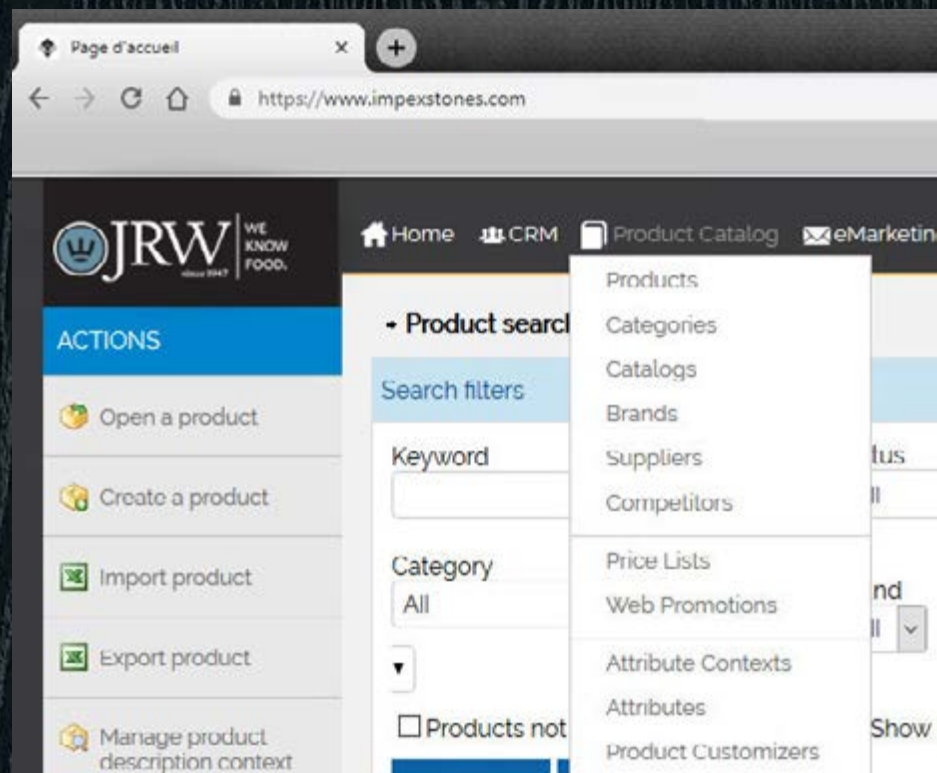
Intégration  
native à  
Dynamics GP

Hébergement  
haute  
performance  
dans un nuage  
privé

Certification PCI  
de niveau 1

“ *Tant les clients que les employés réalisent des gains de temps considérables. Les commandes passent sans problème dans notre file d'attente.* ”

**David Harris,**  
Président, John R. White



La nouvelle boutique en ligne de John R. White exploite la vitesse, la puissance et l'évolutivité de l'hébergement en nuage privé haute performance de k-commerce. L'entreprise profite ainsi d'une disponibilité maximale garantie, sans goulets d'étranglement infrastructurels au fil de sa croissance.

Elle a également la tranquillité d'esprit que procure la certification PCI de niveau 1, que k-commerce s'engage à obtenir chaque année pour garantir la sécurité des données.





# Les résultats

Réaction  
très positive  
des clients  
et adoption  
massive du site

Élimination de la  
saisie manuelle  
de données,  
ce qui permet  
d'économiser  
temps et argent

Dépassement  
des objectifs  
d'acquisition de  
clients pour la  
première année

Les clients de John R. White adorent le nouveau site. L'équipe reçoit fréquemment des compliments sur le plaisir qu'ils ont à l'utiliser et sur le fait qu'ils n'y changeraient rien.

La boutique en ligne k-ecommerce, intégrée à Dynamics GP, a éliminé la saisie manuelle des commandes et la gestion des données, ce qui a permis de réduire les coûts et de traiter plus efficacement les commandes. De plus, la gestion des commandes et des comptes en libre-service procure des gains d'efficacité en réduisant le nombre d'appels de service.

L'entreprise s'était fixé pour objectif d'acquérir au moins 60 nouveaux clients du commerce électronique au cours de la première année, et a fini l'année avec 70.

John R. White n'en est qu'à ses premiers pas avec le commerce électronique. L'entreprise prévoit déjà la prochaine phase de développement de sa boutique en ligne, qui se traduira par encore plus de nouvelles fonctions et de nouveaux avantages pour ses clients B2B.

“ Nous sommes extrêmement satisfaits de la plateforme. Nous croyons qu'elle nous permet de nous distinguer sur le marché. ”

**David Harris,**  
Président, John R. White