



# Étude de cas

## **Perri's Leather :**

La puissance du B2B.

La croissance du B2C.

*Industrie : Détaillant de produits équestres*

*ERP: Dynamics GP*

**k.e-commerce.**  
propulsé par **mdf commerce**



Carla Perri a fondé son entreprise dans sa grange en 2000.

Amoureuse des chevaux depuis toujours, elle voulait fournir des produits équestres de qualité supérieure aux détaillants et aux consommateurs. Elle a notamment constaté un manque d'articles en cuir de grande valeur sur le marché.

Elle voulait également une entreprise qui soutiendrait l'économie américaine en vendant des produits fabriqués aux États-Unis.

Bien que Perri's Leather exploitait des canaux de communication B2C, le B2B est rapidement devenu son pain et son beurre. Au fil des ans, bon nombre des magasins traditionnels qui distribuaient ses produits ont cependant commencé à fermer leurs portes.

Mais l'entreprise a bien vu que ses clients n'avaient pas disparu. Ils faisaient simplement de plus en plus leurs achats en ligne.

# Le défi

Perri's Leather vendait déjà ses produits en ligne, mais utilisait différentes solutions pour ses canaux B2B et B2C.

Sa plateforme B2B était intégrée à son ERP, Microsoft Dynamics GP. Cette intégration permettait d'automatiser le flux des commandes, la facturation et la gestion des données commerciales entre Dynamics GP et la plateforme de vente en ligne B2B.

Cependant, sa solution B2C reposait sur une plateforme tierce pour recevoir les commandes. Perri's Leather devait donc télécharger les commandes et les saisir manuellement dans Dynamics GP. En plus d'être chronophage, cette méthode introduisait un risque d'erreur humaine susceptible d'avoir des conséquences coûteuses.


Dans de tels cas, un volume élevé de commandes peut finir par constituer un frein à la croissance, car leur exécution est entravée par la capacité de l'entreprise à les saisir manuellement.

Au-delà des problèmes d'intégration des commandes, la plateforme de Perri's Leather était difficile à mettre à jour. Toute entreprise en ligne doit compter sur des outils de marketing agiles qui lui permettent de publier des mises à jour, de changer de thème, de créer des promotions en ligne, des coupons, des cartes-cadeaux et plus encore.

“ Nous voulions développer nos ventes en ligne, en particulier dans le secteur B2C. ”

**Lisa Endress,**  
Directrice du marketing,  
Perri's Leather





“ *Le fait que les commandes arrivent directement dans GP nous permet d’augmenter nos ventes directes aux consommateurs* ”

**Lisa Endress,**  
Directrice du marketing,  
Perri’s Leather

Les outils de référencement sont particulièrement importants pour les entreprises de détail, car de nombreux consommateurs utilisent les moteurs de recherche pour trouver des offres sur les produits qu’ils convoitent. Toutes ces capacités étaient absentes de la solution B2C de Perri’s Leather.

Pour ne rien arranger, le processus de commande était complexe et difficile à suivre pour les clients B2C, qui étaient nombreux à abandonner leur panier en cours de route.

Si Perri’s Leather voulait accroître sa présence dans le secteur B2C, il était clair qu’elle allait devoir repenser totalement sa stratégie de commerce électronique.

## Défis

1. Commandes B2C non intégrées
2. Site Web difficile à mettre à jour
3. Manque d’outils de référencement et de marketing
4. Processus de paiement complexe et inefficace

Intégration  
Native à  
Dynamics GP

# La solution

k-commerce a conçu à l'intention de Perri's Leather une plateforme de vente en ligne optimisée pour le B2B et le B2C et intégrée nativement à Microsoft Dynamics GP.

L'intégration à Dynamics GP signifie que les commandes et les factures, de même que les tâches de gestion de données de routine comme la mise à jour des stocks ou des prix, circulent automatiquement entre la boutique en ligne et l'ERP.

Pour améliorer l'aspect du site et l'expérience d'achat, l'équipe de conception de k-commerce a créé un thème personnalisé pour Perri's Leather en fonction de ses exigences commerciales.

Les outils de référencement intégrés permettent à l'équipe de configurer sans effort ses pages de produits pour optimiser leur rendement sur les moteurs de recherche.

Les outils de marketing intégrés permettent de créer très facilement des promotions en ligne, des coupons et autres points d'interaction pour les clients B2C.

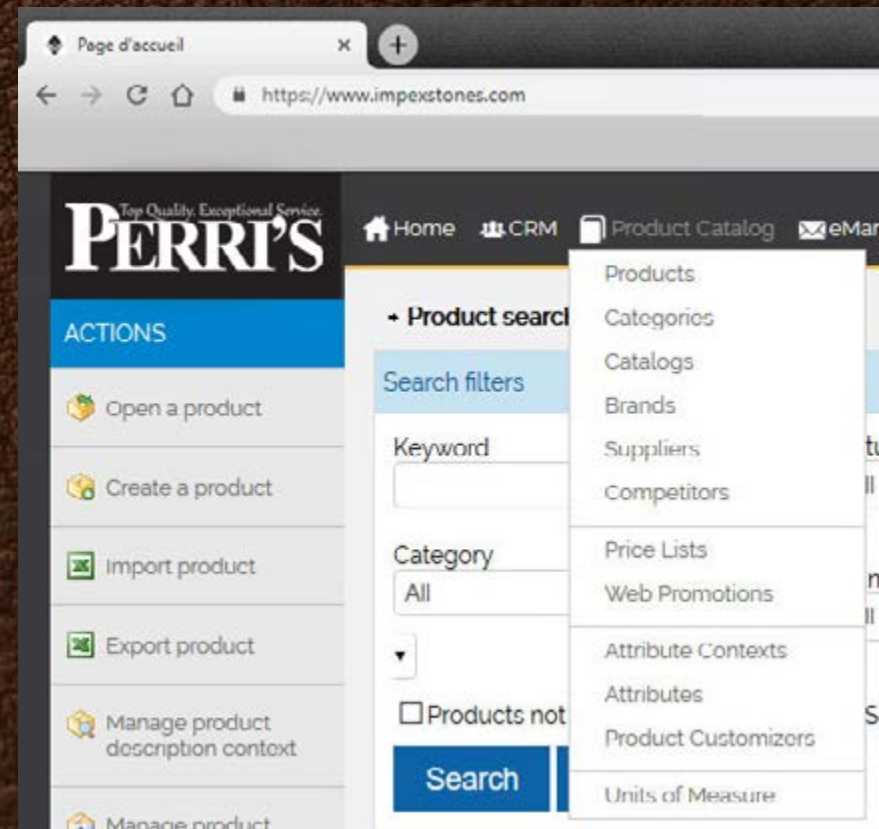
Design  
personnalisé et  
procédure de  
paiement en  
une page

Système de  
gestion de  
contenu  
convivial

Outils de  
référencement  
et de marketing  
intégrés

“ Un site épuré et convivial a amélioré mes outils de marketing. ”

**Lisa Endress,**  
Directrice du marketing, Perri's Leather



Efficacité  
opérationnelle et  
économies

Efforts de  
marketing  
améliorés

Site facile à  
configurer et à  
mettre à jour

Ventes B2C en  
croissance

# Les résultats

Grâce à l'intégration à Microsoft Dynamics GP, l'équipe de Perri's Leather a pu cesser complètement de saisir les commandes et de gérer les données manuellement. L'automatisation du flux de données entre la boutique en ligne et l'ERP a permis à Perri's

Leather d'économiser temps et argent, tout en évitant les erreurs humaines.

Il lui est aussi maintenant possible d'exécuter les commandes plus rapidement. La réduction des points de contact dans le processus signifie des commandes préparées, emballées et expédiées plus rapidement que jamais, ce qui se traduit par des clients plus satisfaits.

Perri's Leather a mis à profit les outils intégrés de référencement et de marketing de la solution de k-commerce pour affiner l'expérience client. Pour ce faire, elle a notamment utilisé les fonctions de promotions et de coupons personnalisés, de ventes croisées, de ventes incitatives et d'articles à succès. Le site est facile à mettre à jour pour l'équipe marketing, même sans grandes connaissances techniques.

De plus, la refonte de la page de navigation et de paiement optimisée pour les clients B2C a donné lieu à une augmentation du nombre d'utilisateurs faisant des achats sur le site de Perri's Leather. Finalement, la procédure simplifiée de paiement en une page a permis de réduire considérablement le nombre de paniers abandonnés tout en augmentant les ventes en ligne de l'entreprise.

