



Comment réussir avec une plateforme de commerce électronique intégrée à Acumatica Cloud ERP

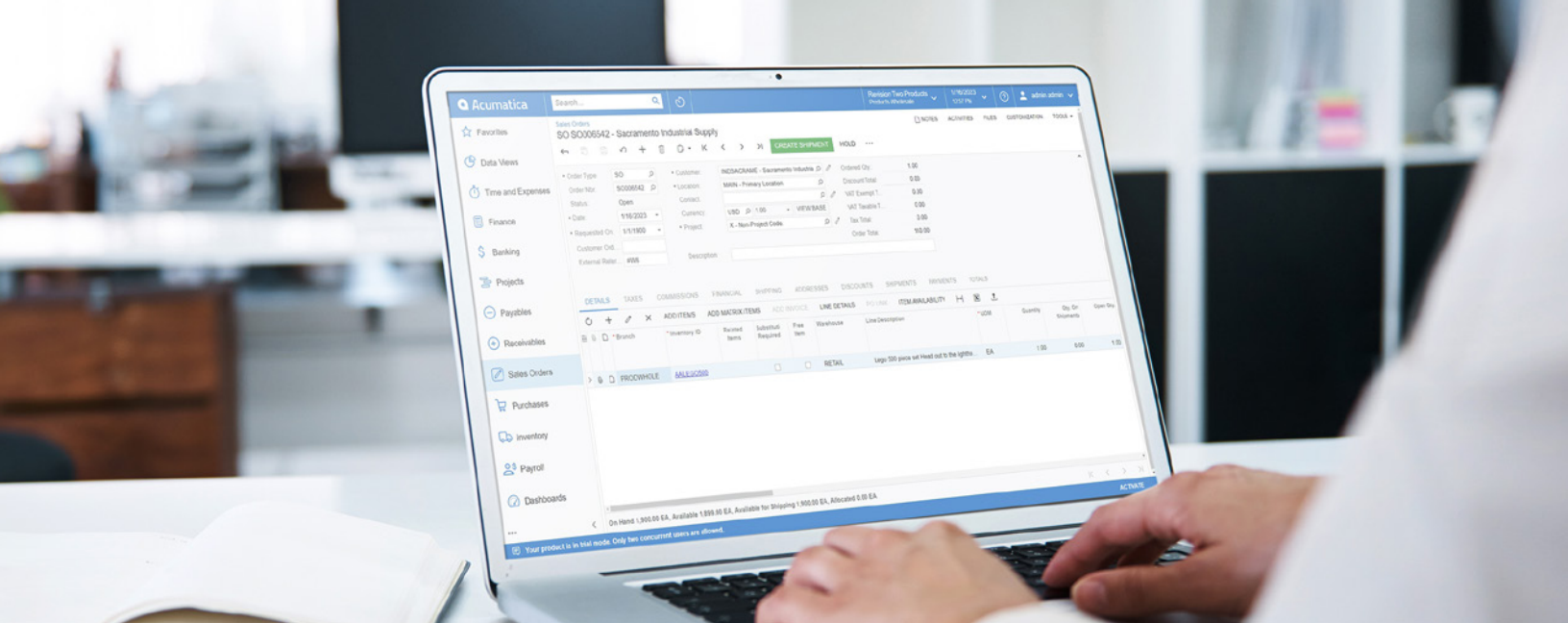


TABLE OF CONTENTS

Le commerce électronique B2B améliore les opérations et le service	4
Comment les entreprises s’y prennent-elles pour bien faire?.....	5
Choisir la bonne plateforme.....	8
Lancer le processus de commerce électronique B2B en période difficile	9
À propos de nous	10

La pandémie continue de perturber les industries du monde entier, notamment en modifiant le comportement des consommateurs, en créant de l'incertitude économique et en dissociant les travailleurs de l'entreprise de la base de clients B2B. Le commerce électronique est devenu essentiel aux entreprises de toutes tailles souhaitant s'adapter à ces circonstances. Le travail à distance étant devenu la nouvelle norme, les organisations doivent relever le défi de maintenir la productivité et l'interaction avec les clients dans un environnement virtuel. Malgré les défis, des solutions et des stratégies innovantes apparaissent pour aider les entreprises à prospérer dans ce paysage en évolution rapide.

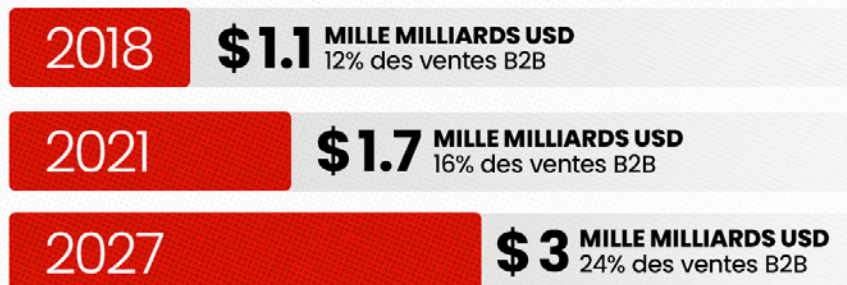
Le commerce électronique intégré à Acumatica offre l'agilité dont les entreprises ont besoin pour répondre à l'évolution rapide des demandes B2B et fournit des informations importantes sur les exigences complexes de ces clients.

Même avant la pandémie mondiale, une approche du commerce électronique intégrée au système ERP devenait la norme. Le commerce électronique B2B affiche une croissance à un rythme effréné dans le monde entier. En juin 2022, [Forrester](#) a indiqué que, rien qu'aux États-Unis, les ventes de commerce électronique représenteront trois mille milliards de dollars américains d'ici 2027, soit 24 % de l'ensemble des ventes B2B américaines. En fait, le commerce électronique représente déjà un chiffre d'affaires de 1,7 mille milliards de dollars et 16 % des ventes en 2021.

Les signes indiquent un changement fondamental dans les habitudes d'achat B2B. Une étude d'Accenture a révélé que 50 % des clients B2B commençaient leur parcours d'achat par les médias sociaux et amorçaient plus de 61 % des transactions en ligne.

En pleine crise mondiale de la COVID, de nouveaux chiffres révèlent une évolution encore plus spectaculaire vers le commerce électronique, qui pourrait dépasser de loin les chiffres avancés par les analystes l'année dernière. Pour les entreprises utilisant Acumatica qui s'efforcent de trouver des clients et de générer des revenus, une approche intégrée du commerce électronique est une nécessité.

Prévisions de ventes de commerce électronique B2B aux États-Unis par rapport à l'ensemble des ventes de commerce électronique B2B



Source: Forrester, Juin 2022

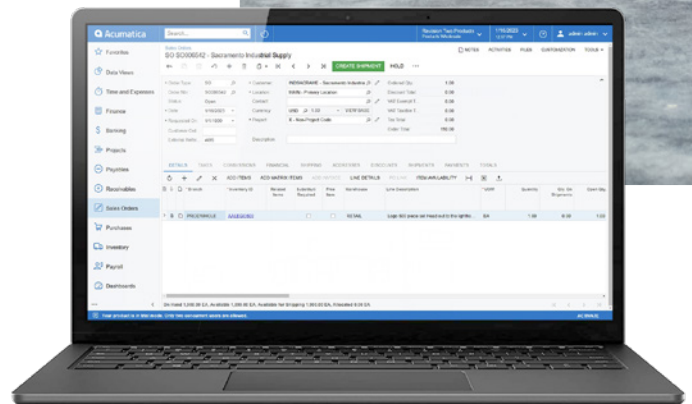
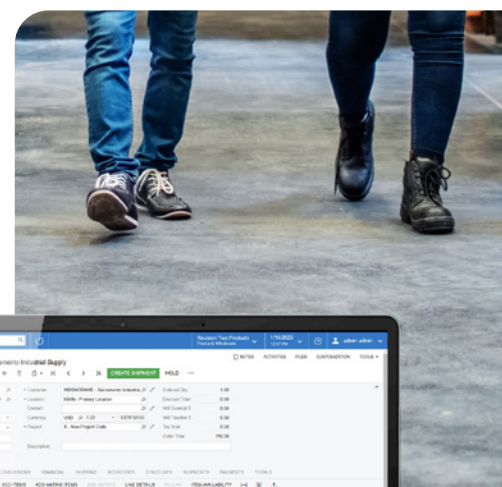
Ce rapport fournit nos dernières informations sur :

- > Les objectifs fondamentaux et les avantages du commerce électronique intégré au système ERP avec votre plateforme Acumatica.
- > Les leçons que les clients d'Acumatica peuvent retenir de la réussite des autres.
- > Les façons d'évaluer les atouts des solutions de commerce électronique dans le contexte des systèmes opérationnels.
- > Les moyens de hiérarchiser vos investissements technologiques à une époque où les pressions concurrentielles et les forces du marché s'affrontent.

Le commerce électronique B2B améliore les opérations et le service

Une approche intégrée du commerce électronique B2B améliore l'efficacité au sein d'une entreprise, en aidant à éliminer le cloisonnement et à enrichir les données à des fins d'analyse et de compréhension. Une meilleure compréhension permet d'améliorer les performances opérationnelles au sein de l'entreprise, en libérant les travailleurs afin qu'ils soient plus productifs et en déterminant des moyens de reformater les offres de produits.

Un système de commerce électronique bien géré renforce également la satisfaction des clients et la confiance. Les clients s'attendent à obtenir des réponses à leurs questions, à trouver des informations sur la disponibilité des produits et l'état des commandes, et à accélérer leurs achats grâce à une expérience de libre-service intuitive. Ce n'est que lorsque ces besoins sont satisfaits qu'ils sont susceptibles de s'engager dans une relation avec un fournisseur.



Comment les entreprises s’y prennent-elles pour bien faire?

Quelles leçons les entreprises qui se lancent dans le commerce électronique B2B moderne peuvent-elles tirer des pionniers de l’industrie?

Exemple #1

Problème

Un fournisseur de châssis et de composants de suspension sur le marché des pièces automobiles de rechange disposait d’un site Web transactionnel personnalisé qui n’était pas intégré à son système ERP.



Conséquences

Le site Web était tellement inefficace et pauvre en informations sur les produits que les clients B2B se contentaient d’appeler pour faire leurs achats.

Solution

L’entreprise a investi dans une solution intégrée au système ERP, liée à un site Web visuellement attrayant et optimisé pour les appareils mobiles.

Résultat

Davantage de clients B2B et B2C utilisent le site Web, et chaque transaction ajoute de précieuses données sur les clients à l’ERP de l’entreprise.



“ ”

*L'adoption de la solution
de commerce électronique
B2B a permis à l'entreprise
de simplifier ses opérations
internes et ses cycles de vente.*

Exemple #2

Problème

Une entreprise de distribution disposait de milliers d'UGS d'articles, de descriptions et d'informations tarifaires dispersées dans des feuilles de calcul Excel, des PDF et son ERP. Toutes ces informations cloisonnées entravaient les opérations internes de l'entreprise et allongeaient considérablement son cycle de vente.



Conséquences

Même dans des conditions de marché normales, l'entreprise s'est enlisée et a eu du mal à répondre aux questions des clients par courrier électronique et par téléphone.

Solution

En adoptant une solution de commerce électronique B2B, l'entreprise a pu gagner du temps et offrir la transparence nécessaire pour convertir les clients potentiels en clients fidèles.

Résultat

L'adoption de la solution de commerce électronique B2B a permis à l'entreprise de simplifier ses opérations internes et son cycle de vente. En gagnant du temps et en assurant la transparence, l'entreprise a pu répondre plus rapidement aux questions des clients et convertir plus facilement les clients potentiels en clients fidèles.

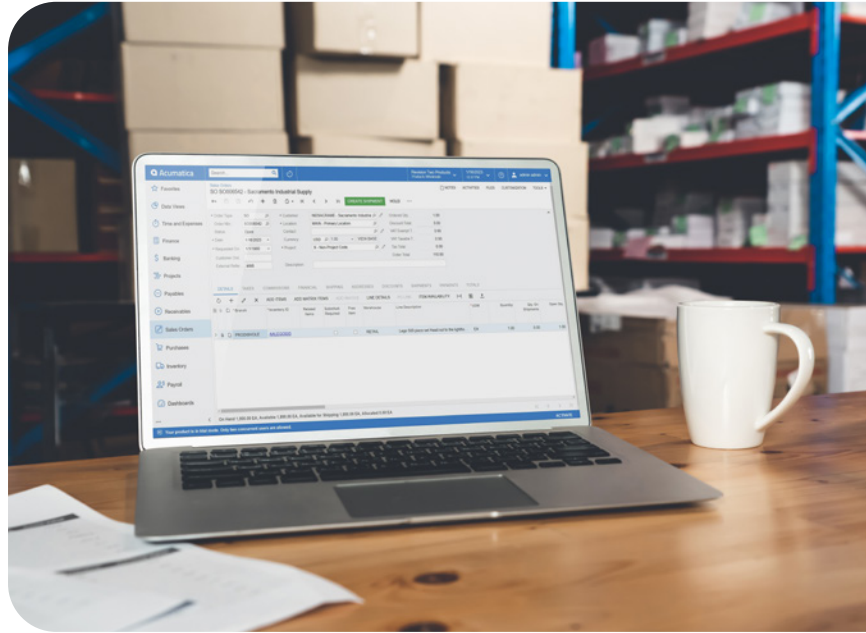
Conclusion

Les entreprises performantes veillent à ce que les données commerciales essentielles circulent de manière transparente entre le site Web destiné aux clients et l'ERP, avec une extensibilité permettant de s'adapter aux augmentations (ou diminutions) rapides de la demande, comme les hausses et les baisses observées par les fournisseurs de denrées alimentaires lors des « achats de panique » liés à la pandémie.

Choisir la bonne plateforme

Lors de la planification de votre solution de commerce électronique B2B, le choix de la bonne plateforme pour répondre aux besoins des différents services et à leurs besoins commerciaux uniques devient la principale considération avant d'entamer le processus d'adoption et de mise en œuvre.

En comparant les points forts des différentes plateformes, vous devez tenir compte des différents rôles au sein de l'entreprise. Tenez compte des intérêts de ces travailleurs et de ces services :



- > Les PDG et les cadres supérieurs recherchent souvent une solution tout-en-un afin de maximiser les revenus et de réduire les risques.
- > Les équipes financières ont tendance à équilibrer les coûts opérationnels et la productivité.
- > Les équipes financières et informatiques exigent une solution sécurisée avec certification PCI pour protéger l'infrastructure et les renseignements essentiels.
- > Les services de marketing veulent un système de gestion de contenu convivial pour faciliter le référencement et la publication multimédia.
- > Les équipes de vente recherchent une vue des données Acumatica pour suivre la disponibilité et les achats, ainsi qu'un clavardage en direct pour les interactions avec les clients.
- > Les services de vente et de marketing souhaitent disposer d'un portail de vente en libre-service qui leur permet de générer des revenus 24 heures sur 24.



Lancer le processus de commerce électronique B2B en période difficile

Il n'est pas exagéré de dire que la pandémie mondiale et ses retombées économiques ont eu un effet sans précédent aux quatre coins du globe. Que vous fassiez partie d'un secteur orienté vers le commerce électronique, que vous envisagiez le commerce électronique orienté B2B avant la pandémie ou que vous vous rendiez compte que votre entreprise doit s'adapter, le processus peut s'avérer stressant pour les décideurs.

À chaque étape, il est très important de faire le point sur les besoins uniques des groupes d'intérêt au sein de l'entreprise, comme la direction, les ventes, le marketing, l'informatique, les finances et autres. Alors que vous évaluez vos options, n'oubliez pas ces exigences primordiales qui détermineront le succès d'un investissement dans le commerce électronique :

- > Privilégiez une solution intégrée au système ERP qui répond au mieux aux diverses exigences de votre entreprise.
- > Concentrez-vous sur les facteurs humains de votre entreprise, par exemple en révisant les objectifs de vente et de revenus afin de réduire la pression sur les employés. Cela peut vous aider à conserver et à motiver les talents tout en maintenant la productivité.
- > Assurez-vous que les données sont disponibles pour l'analyse afin de mieux comprendre l'activité de l'entreprise.
- > Veillez à ce que tout nouvel investissement permette de progresser vers les ambitions cloud plus larges de votre entreprise, afin de servir les clients et de simplifier les opérations.

La pandémie a porté un coup terrible à de nombreuses entreprises et semé le chaos dans presque tous les secteurs. Il s'agit cependant d'une occasion en or pour entreprendre des adaptations technologiques indispensables, non seulement pour survivre, mais aussi pour prospérer.

Discutons de votre projet

Nous aimerions en savoir plus sur votre projet de commerce électronique, alors prenez contact avec l'un de nos experts !

[Céduler un appel >](#)

À propos de k-ecommerce

k-ecommerce est la plateforme de mdf commerce pour les PME. Elle offre des solutions de commerce électronique et de paiement numérique tout-en-un intégrées à Acumatica, Microsoft Dynamics et à SAP Business One.

k-ecommerce simplifie et accélère la croissance en ligne en proposant une solution de commerce électronique omnicanale complète qui prend en charge l'interaction B2B et B2C.

Renforcer notre position sur le marché

En combinant k-ecommerce et Orckestra, mdf commerce renforce sa position de chef de file du marché dans le paysage du commerce numérique.

- > La plateforme de commerce sans tête d'Orckestra est conçue pour répondre aux besoins complexes des détaillants et des marques mondiales qui veulent unifier leurs opérations omnicanales et leurs expériences d'achat en ligne ou en magasin.
- > k-ecommerce fournit aux PME des solutions de commerce électronique et de paiement numérique intuitives tout-en-un qui exploitent de manière transparente les données ERP afin d'assurer automatisation, sécurité et rapidité.

Communiquez avec nous pour plus d'information

sales@k-ecommerce.com

Canada et États-Unis: 1-855-532-6663 | International: 1-734-928-6010

k-ecommerce.com

k-ecommerce.
propulsé par mdf commerce