

RETAIL CONNECT PAR NEXMART UN PARCOURS CLIENT ULTRA FLUIDE POUR UN CHIFFRE D'AFFAIRES BOOSTÉ !

Avec le service retail Connect de nexmart, les marques affichent sur leur Site Web les logos des distributeurs partenaires chez lesquels leurs produits sont disponibles, pour rendre plus fluide le parcours digital de leurs clients finaux et pour favoriser l'acte d'achat. Résultat : un chiffre d'affaires boosté. Les explications de Vít Cavé-Kovalovský, eBusiness Manager France de nexmart.



Vít Cavé-Kovalovský,
eBusiness
Manager France.

Pouvez-vous nous expliquer les spécificités de votre solution ?

Dans la grande majorité des cas, les

clients finaux à la recherche d'un produit se rendent en premier lieu sur le Site Web du fabricant, gage de sérieux et de confiance sur Internet. Or, pour l'acheter, ils doivent souvent se tourner vers un moteur de recherche, puis vers un distributeur, ce qui rajoute des étapes et de l'incertitude au processus éventuel d'achat car le fabricant n'est guère sûr du choix final du prospect. Grâce à notre solution en place, les marques peuvent proposer sur leur propre Site, plus exactement via leur e-catalogue, une sélection de distributeurs agréés, chez lesquels les produits sont disponibles au moment de la recherche. Ainsi, le prospect, intéressé par ces produits et souvent pressé de les recevoir, finalise son achat auprès du distributeur de son choix seulement en quelques clics, sans que son parcours ne soit perturbé.

Comment se passe le parcours client ?

L'intéressé est guidé jusqu'à la finalisation de sa commande. L'énorme facilitateur de l'acte d'achat et la quintessence de notre solution, c'est la disponibilité en temps réel du produit recensée sur des Sites marchands et dans

des magasins physiques. Selon la zone géolocalisée, ce dernier trouve rapidement des endroits proches où il peut éventuellement voir l'article, le tester mais surtout l'acheter. Autre atout du retail Connect : connaître la disponibilité de plusieurs produits d'une marque dans un même point de vente. En outre, notre plateforme peut très bien compléter la plateforme e-commerce habituelle d'un fabricant pour permettre aux utilisateurs finaux de profiter des conditions tarifaires auxquelles ils ont généralement accès chez leur distributeur « historique ».

retail Connect, c'est aussi l'analyse du comportement d'achat...

Grâce au parcours client optimisé, il est plus facile et surtout plus fréquent de retenir le prospect, d'augmenter sa satisfaction et sa loyauté. Mais, à l'avenir, on peut mieux cibler le marché et ajuster sa communication car le retail Connect intègre un outil analytics permettant de récolter des informations précieuses sur le comportement d'achat (ce qu'on commande, à quelle fréquence...) de manière anonymisée. Ces informations sont rendues disponibles à la marque qui peut ainsi constamment améliorer sa stratégie commerciale. En parallèle, c'est grâce à cet outil d'analytics que je peux affirmer avec une certaine fierté que la solution retail Connect fonctionne à l'avantage de toute partie prenante. Ainsi, le taux de conversion atteint



parfois 5 fois la moyenne connue habituellement sur Internet pour certaines marques. Vous imaginez bien l'effet positif sur leur CA via leur réseau de distribution traditionnel !

Le multicanal est donc optimisé ! Pouvez-vous nous parler de l'EDI Connect ?

Cela fait partie de notre panel de solutions. L'EDI relie les systèmes ERP des fournisseurs à ceux des distributeurs. Comme pour le retail Connect, nexmart met cette solution en place notamment dans les secteurs de l'outillage, de la construction, de la fixation et de la quincaillerie. L'EDI Connect, tel que conçu par nexmart, présente un atout majeur pour la marque qui l'adopte : celle-ci n'aura plus à interfacer séparément avec chacun de ses distributeurs. Automatiquement, elle accèdera à l'ensemble des distributeurs déjà reliés en EDI via nexmart et, pour tout nouveau distributeur, c'est nexmart qui se charge de son raccordement EDI.

Par ailleurs, nous accompagnons chaque distributeur, petit ou grand, de bout en bout dans le processus d'interfaçage et nous adaptons chaque détail à ses besoins et aptitudes techniques individuels. Or, comme une multitude de distributeurs spécialisés de taille moyenne ou petite ont parfois du mal « à passer le cap de l'EDI », nous proposons aux marques la solution documents to EDI en complément. Elle permet de convertir des commandes mail, PDF, Word, Excel ou fax en EDI. Le but de tout ceci ? Automatiser des flux de commandes, voire des confirmations de commande, des bons de livraison et des factures. Ainsi, délester de la gestion manuelle les ADV d'un côté et les départements Achats, Logistique et Comptabilité de l'autre. Enfin, faciliter, aux marques mais aussi à leurs distributeurs, la mise en place de l'EDI sous-traitée via nexmart, avec une quote-part de commandes EDI visant le 100 %. ■