



All you need. **With love.**

Février 2018

## Digitalisation BtoB : comment les codes BtoC peuvent influencer les professionnels ?

Selon le rapport « *Transition numérique et commerce BtoB* » publié par la FEVAD, 49% des acheteurs BtoB continuent de préférer les sites BtoC pour réaliser leurs achats et sont prêts à dépenser 30% de plus pour profiter d'une « meilleure expérience sur les sites BtoC ». Constat fait, Manutan - *acteur majeur de la distribution B2B multicanale en Europe* - choisit d'intégrer sur son site e-commerce l'ensemble des fonctionnalités propres à une solution d'achat BtoB, mais dans un environnement de site BtoC. Xavier Laurent, Directeur des Services à Valeur Ajoutée du groupe Manutan, nous décrypte ce phénomène.



**Xavier Laurent**, Directeur des Services à Valeur Ajoutée du groupe Manutan.

### *Quelles sont les attentes des acheteurs en ligne ?*

Les professionnels des achats sont aussi des clients connectés dans la sphère privée, exigeants et avertis. **Dans le cadre professionnel, ils recherchent à minima le même niveau d'expérience qu'en BtoC** : personnalisation du parcours d'achat, service après-vente performant, meilleur rapport qualité-prix, interactions fluides et rapides... Certains outils sont identiques et s'appuient ainsi sur l'existant des sites e-commerces BtoC : live chat, avis consommateurs, mise à jour en temps réel des offres et des quantités en stock, gestion des listes d'achat...

### *Quelles sont les fonctionnalités à privilégier ?*

Proposer un site proche de ce qu'un acheteur en ligne a l'habitude de consulter tous les jours à des fins personnelles, est un réel facteur d'adoption. Un site simple d'utilisation, avec des fonctionnalités familières, répond aux enjeux immédiats de digitalisation des entreprises.

### *Comment se démarquer en allant plus loin ?*

Pour répondre aux contraintes spécifiques des achats professionnels et fidéliser, **il est aussi indispensable d'ajouter des fonctionnalités purement métier pour mettre en avant la qualité de service et l'expertise BtoB** : commandes récurrentes, prix et conditions indiqués dans les fiches produits et le panier d'achat, délais de livraison spécifiques, validation d'achat (acheteur/valideur), modalités de paiement... Ces outils d'achat représentent un service à forte valeur ajoutée pour les entreprises car elles permettent de mettre sous contrôle et optimiser la gestion de leurs achats indirects : améliorer la visibilité de leurs dépenses, faciliter leur comptabilité, réaliser des économies... L'intégration de ces fonctionnalités P2P (Purchase to Pay) est également intéressante car cela permet aux entreprises d'avoir un outil de pilotage précis et fiable : suivi des commandes, prise en charge totale ou partielle des retours, reporting de la consommation...

A propos :

*Groupe familial créé en 1966, Manutan figure parmi les leaders européens de la distribution multicanale d'équipements et consommables pour les entreprises et les collectivités. Son offre de produits et services, l'une des plus larges d'Europe, lui permet de couvrir l'ensemble des besoins de ses clients et de les accompagner dans l'optimisation de leurs achats indirects. Avec 25 filiales implantées dans 17 pays d'Europe, le groupe compte plus de 2 200 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 709 millions d'€ en 2016/2017. Manutan France a été labellisée "Great Place To Work" 2017.*



**Contacts Presse**

Camille Escolar / Pierrick Pichot

06 60 22 95 54 – 06 86 68 88 81

[camillee@oxygen-rp.com](mailto:camillee@oxygen-rp.com) – [pierrick@oxygen-rp.com](mailto:pierrick@oxygen-rp.com)