L'intérêt d'un portail client numérique du point de vue de l'entreprise



Les bases d'un portail client B2B : 4 principes clés à connaître

Temps de lecture : 13 min.

RÉPONSES RAPIDES

Temps de lecture : 2 min.

- Libre-service B2B : qu'est-ce qui fait gagner du temps aux clients ?
- Services d'après-vente : comment créer des opportunités de ventes croisées et incitatives ?
- Processus de ventes numériques : quelle est la valeur ajoutée de mon équipe commerciale ?
- Modèles numériques : comment créer des services répondant aux besoins des clients ?

CE LIVRE BLANC EST INTERACTIF !

UTILISATION D'ACROBAT READER RECOMMANDÉE

Après la boutique en ligne B2B, un portail numérique centré sur le client constitue la prochaine étape. Servant de support sur presque tout le cycle de vie client, il fournit des services complets à tous les stades de la relation.

Ce livre blanc présente les quatre principes clés d'un portail client. Il vous aidera à en développer un pour un parcours d'achat fluide qui renforcera la fidélité, augmentera les ventes et vous démarquera de la concurrence. Une enquête, menée auprès de 125 leaders de l'e-commerce, a montré que 55 % des participants investiront dans un portail numérique au cours des 12 prochains mois.

L'EXPERT

Tobias Giese

VP mondial, solutions numériques



Les mêmes processus entraînent les mêmes résultats (ou pire). Il est donc temps d'intensifier les efforts de grand temps. Développez vos activités B2B en offrant un parcours d'achat parfaitement fluide. Comment ? En créant un portail client numérique. C'est le moment idéal pour le faire ! N'hésitez pas à me faire part de votre avis concernant ce livre blanc.

Contactez-nous !

SELBST IST DER KUNDE

Libre-service B2B : qu'est-ce qui fait gagner du temps aux clients ?

Les acheteurs B2B veulent pouvoir gérer leurs données, produits et contrats de service. Ils veulent aussi accéder aux processus et au contenu 24 h/24, 7 j/7, pour réduire la charge de travail administratif et maintenir leurs processus internes.

En savoir plus

RÉPONSES RAPIDES

- Libre-service B2B : qu'est-ce qui fait gagner du temps aux clients ?
- Services d'après-vente : comment créer des opportunités de ventes croisées et incitatives ?
- Processus de ventes numériques : quelle est la valeur ajoutée de mon équipe commerciale ?
- Modèles numériques : comment créer des services répondant aux besoins des clients ?

SELBST IST DER KUNDE

Libre-service B2B : qu'est-ce qui fait gagner du temps aux clients ?

Paperasse, numéros de téléphone pour chaque service, horaires d'ouverture : voilà ce qui agace le plus les clients B2B. Plus vous vous adaptez à leurs besoins (à l'échelle de l'entreprise), plus vous vous démarquez de la concurrence. Lorsque vous développez des services numériques et des modèles commerciaux, vous devez tenir compte de votre relation avec les clients. Les acheteurs B2B ont les mêmes attentes qu'en B2C en ce qui concerne le service, l'efficacité et l'expérience client.

Que cherchent les acheteurs B2B ?

Pour avoir des clients B2B satisfaits, offrez-leur :

- une gestion en libre-service (profils, approvisionnement, des rôles utilisateurs, etc.)
- des processus de commande personnalisés (catalogues, gestion des projets/offres, solutions en approvisionnement)
- un accès aux processus et au contenu 24 h/24, 7 j/7

Pourquoi ? Pour réduire leur charge de travail administratif et maintenir leurs processus internes.

55 % des leaders de l'e-commerce investissent dans des portails clients numériques

Une enquête, menée par Copperberg, a montré que 55 % des participants investiront dans un portail client numérique au cours des 12 prochains mois. Un portail client permet aux acheteurs de « [...] gérer eux-mêmes les données concernant leur entreprise et leur compte, en toute autonomie. [...] Pour les grandes organisations, la clé du libre-service numérique consiste à fournir l'infrastructure

informationnelle. […] Un seul portail client pour : visualiser et gérer leurs équipements, acheter des pièces ou des consommables, et commander des services/formations. Une expérience individualisée les mettra à l'aise, grâce à un environnement attrayant, clair et accessible, et optimisera ainsi leur parcours d'achat. »

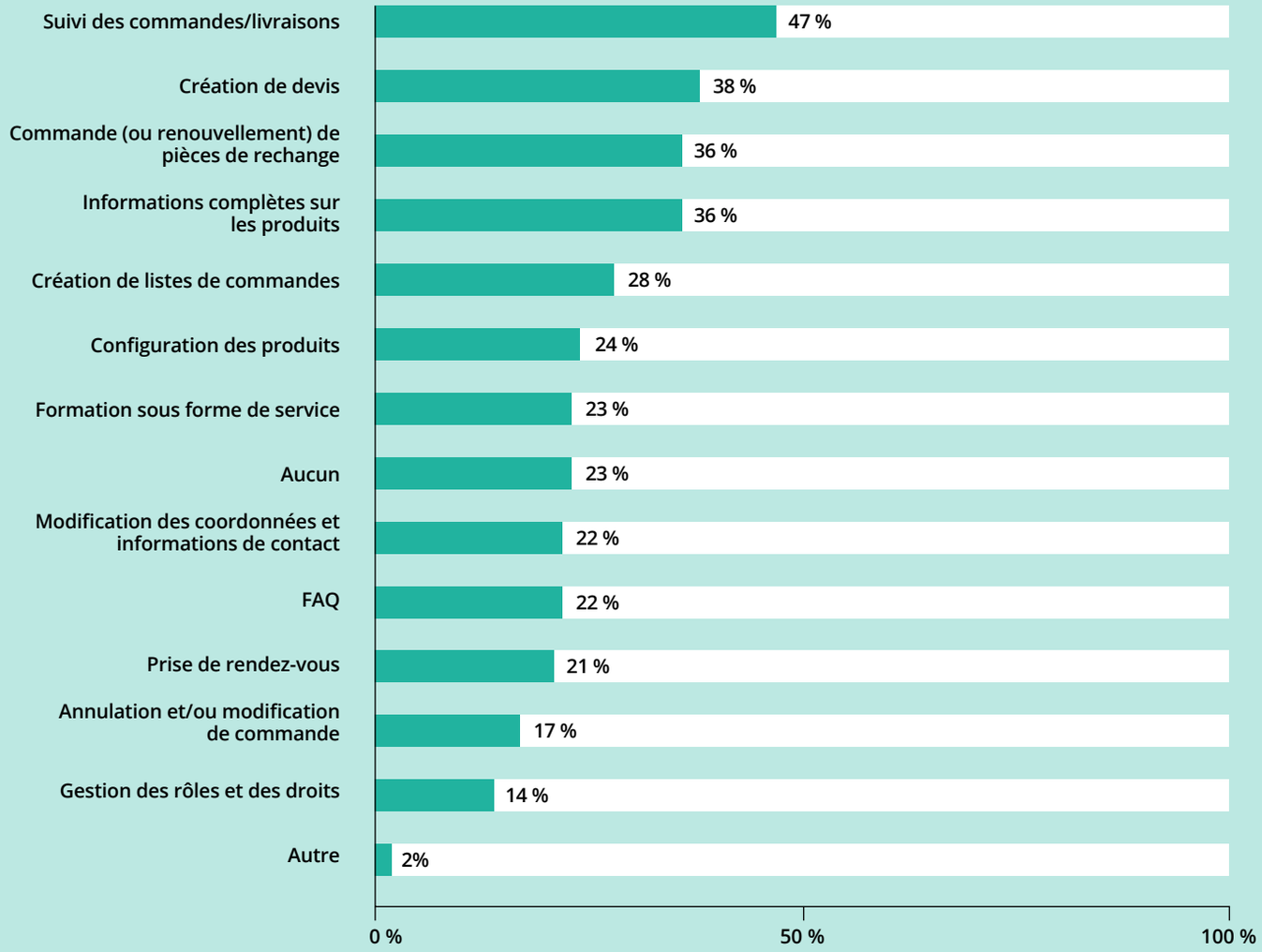
Les 4 services les plus proposés

D'après l'enquête, les 4 services les plus proposés par les leaders de l'e-commerce sont les suivants :

1 Suivi des commandes/livraisons (47 %)
2 Création de devis (38 %)
3 Commande (ou renouvellement) de pièces de rechange (36 %)
4 Informations complètes sur les produits (36 %)

Une activité centrée sur le client doit proposer ces quatre fonctionnalités.

Quels libres-services numériques proposez-vous pour assister vos clients ?



ANTICIPER L'APRÈS-VENTE

Services d'après-vente : comment créer des opportunités de ventes croisées et incitatives ?

Augmentez la satisfaction des clients, offrez des services liés aux produits. Les solutions d'après-vente créent des ventes croisées et incitatives. La clé du succès : la personnalisation et une interaction fluide entre le fournisseur et le client. Toutes les informations doivent être disponibles et centralisées.

En savoir plus

RÉPONSES RAPIDES

- Libre-service B2B : qu'est-ce qui fait gagner du temps aux clients ?
- Services d'après-vente : comment créer des opportunités de ventes croisées et incitatives ?
- Processus de ventes numériques : quelle est la valeur ajoutée de mon équipe commerciale ?
- Modèles numériques : comment créer des services répondant aux besoins des clients ?

ANTICIPER L'APRÈS-VENTE

Services d'après-vente : comment créer des opportunités **de ventes croisées et incitatives ?**

Une relation fructueuse et durable débute toujours par une première vente. Mais les achats initiaux ne sont pas toujours les plus rentables. Ce qui génère des revenus, ce sont les pièces de rechange, les services et les consommables. En tant qu'industriel ou grossiste, vous disposez de nombreuses informations sur vos clients et sur leurs besoins/exigences. Vous pouvez donc utiliser ce savoir pour augmenter vos ventes et améliorer la satisfaction de vos acheteurs. Un portail client fournit à chaque utilisateur une vue complète, avec toutes les options disponibles.

Votre meilleure carte : l'exploitation des données

Un portail client numérique contient les données actualisées des clients, l'historique des achats et les informations sur les machines/produits utilisés. Ces données doivent être présentées de manière intelligente et personnalisée pour faciliter la gestion. Elles peuvent permettre de créer des offres, proposées au moment opportun, pour inciter à l'achat ou anticiper les besoins. Les acheteurs trouvent ainsi le bon produit en un rien de temps. En outre, vous diminuez les risques : finis les erreurs de commande et les frais de retours et de traitement.

Un portail peut aussi inclure des services invitant à faire le nécessaire pour éviter toute interruption des machines ou rupture de stock. Vous pouvez utiliser un portail client numérique pour présenter de nouveaux produits, agrandir le portefeuille et fidéliser les clients.

Les clés d'un service d'après-vente réussi sont la personnalisation, une interaction fluide avec le client à chaque étape du cycle de vie et une communication rapide et flexible sur tous les points de contact.

UN MEILLEUR SERVICE CLIENT

Processus de ventes numériques : quelle est la valeur ajoutée de mon équipe commerciale ?

Même si les processus de ventes sont de plus en plus numérisés, l'interaction humaine reste plus importante que jamais. Les commerciaux jouent un rôle de conseiller : ils donnent des idées et apportent leur aide, tout en guidant le client pendant le processus d'achat.

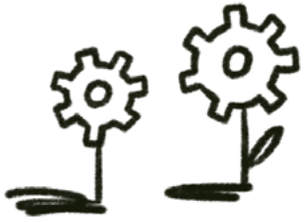
En savoir plus

RÉPONSES RAPIDES

- Libre-service B2B : qu'est-ce qui fait gagner du temps aux clients ?
- Services d'après-vente : comment créer des opportunités de ventes croisées et incitatives ?
- Processus de ventes numériques : quelle est la valeur ajoutée de mon équipe commerciale ?
- Modèles numériques : comment créer des services répondant aux besoins des clients ?

UN MEILLEUR SERVICE CLIENT

Processus de ventes numériques : quelle est la valeur ajoutée de mon équipe commerciale ?



L'e-commerce décuple les efforts et les performances des commerciaux. Les tâches routinières peuvent (et doivent) être réalisées en ligne. Le personnel peut ainsi se concentrer sur les grands comptes et le développement des activités.

Crainte de l'e-commerce ?

De nombreux commerciaux voient l'e-commerce comme une menace pour les relations avec leurs clients et pour les systèmes d'indemnisation. Vous devez les convaincre que le numérique n'est pas uniquement dédié à la saisie des commandes. Il va bien au-delà ! Le numérique favorise une expérience omnicanal et complète, qui réunit succursales, distributeurs, commerciaux et centres de contacts. Un portail libère du temps et permet aux commerciaux de se concentrer sur les comptes clients, en s'émancipant du traitement ou du contrôle manuel des commandes.

Ils peuvent ainsi se consacrer à des tâches de conseil et se dévouer à trouver des solutions. Les processus de ventes numériques permettent aux commerciaux de s'occuper de chaque client de manière individuelle. Ils génèrent plus de ventes, réduisent les coûts et limitent les tâches récurrentes et les erreurs.

Facteur d'amélioration

Lorsqu'elles parviennent à exploiter les données pour avoir une vision complète du client et être informées des problèmes spécifiques qu'il rencontre, les entreprises B2B élaborent des solutions sur mesure permettant de renforcer la communication avec celui-ci. Après tout, le commerce est, et sera toujours, une question de relations. S'il est mis en œuvre correctement, un portail numérique est un véritable facteur d'amélioration des ventes.

Un portail client numérique doit inclure les fonctionnalités suivantes :

- Intégration d'applications mobiles
- Participation du client
- Achats guidés
- Co-navigation

Pourquoi utiliser la co-navigation ?

La co-navigation est un outil permettant aux commerciaux d'interagir avec les clients. Elle leur permet de parcourir ensemble le catalogue de produits avant leur rencontre et de discuter des produits que le commercial devra présenter. Une fois que l'acheteur a trouvé le bon produit, il peut passer sa commande immédiatement sur l'application.

La co-navigation est également idéale lorsque le client a besoin d'aide pour trouver le bon produit sur le catalogue en ligne. Le commercial peut en effet guider le client pour l'aider à trouver et à sélectionner l'article adéquat. Il peut ensuite ajouter ce produit dans le panier du client et le placer dans la liste de renouvellement de commande pour accélérer le processus. Comme cela est mentionné dans notre rapport d'enquête L'état de l'innovation numérique dans l'industrie, **« l'objectif d'un portail client numérique est de simplifier la tâche des clients au quotidien et de renforcer l'efficacité du vendeur ».** Cela est essentiel pour fidéliser les clients. Pour en savoir plus sur la rétention de clients, veuillez lire ce livre blanc.



LIVRE BLANC

Renforcer les ventes avec une approche B2B centrée sur le client

SERVICES SUR MESURE

Services numériques : comment créer des services répondant aux besoins des clients ?

Les fournisseurs peuvent utiliser des services pour créer des offres sur mesure et apporter une valeur ajoutée à des groupes cibles spécifiques. Cela renforce la fidélité des clients et génère de nouvelles opportunités de ventes et de l'intérêt pour la marque.

En savoir plus

RÉPONSES RAPIDES

- Libre-service B2B : qu'est-ce qui fait gagner du temps aux clients ?
- Services d'après-vente : comment créer des opportunités de ventes croisées et incitatives ?
- Processus de ventes numériques : quelle est la valeur ajoutée de mon équipe commerciale ?
- Modèles numériques : comment créer des services répondant aux besoins des clients ?

SERVICES SUR MESURE

Modèles numériques : comment créer des services répondant aux besoins des clients ?

La transformation numérique élargit les opportunités commerciales. Les services proposés permettent alors de se démarquer. Comme l'indique notre rapport d'enquête L'état de l'innovation numérique dans l'industrie, « [...] une grande partie des fabricants ne réalisent que 0 à 25 % de leur chiffre d'affaires total en ligne via des systèmes obsolètes mettant l'accent sur les informations plutôt que sur les clients [...] ».

Une véritable valeur ajoutée

Les fournisseurs peuvent utiliser des services pour créer des offres sur mesure et apporter ainsi une valeur ajoutée à des groupes cibles spécifiques. Cela renforce la fidélité des clients et génère de nouvelles ventes. Les produits, qui sont de plus en plus numérisés, peuvent être reproduits sous forme numérique et servir à collecter des données (utilisation, comportements, etc.). Les vendeurs peuvent alors identifier les besoins spécifiques des clients et créer des services personnalisés pour y répondre. Les produits numérisés (« jumeaux numériques ») peuvent être enregistrés dans un portail et reliés à ces services numériques.

Avantages pour l'utilisateur

1. Produits reliés à des contrats de maintenance
2. Vue d'ensemble des produits numériques
3. Facturation en fonction de l'utilisation (produit en tant que service)
4. Renouvellement de commande automatique (via Kanban)

Le portail client numérique dans le secteur des machines : bien plus qu'une simple boutique B2B

TRUMPF

Rapport sur la société Trumpf

Votre prochaine étape

Quelle démarche devez-vous suivre ? Cherchez une plate-forme B2B vous permettant de créer un portail centré sur le client dans le but de renforcer votre activité. La plate-forme de commerce que vous choisirez devra :

- être évolutive pour s'adapter à votre croissance
- être centralisée et unique pour accueillir vos boutiques, services numériques, activités mondiales, modèles commerciaux, etc.
- garantir un retour sur investissement adéquat

Quelle solution est la mieux adaptée à votre entreprise ? Notre guide de sélection vous aidera à choisir la bonne solution.

Guide de sélection d'une solution de commerce

	PLATE-FORME SAP COMMERCE CLOUD	PLATE-FORME DE COMMERCE INTERSHOP	PLATE-FORME DE COMMERCE B2B SALES-FORCE	PLATE-FORME DE COMMERCE ADOBE MAGENTO
Prise en charge du commerce découplé (avec API, support IdO)	++	+++	+	+
Flexibilité de choisir les meilleures solutions	+	+++	+	+
Capacités mobiles Appli web progressive/boutique réactive	+++	+++	++	++
Personnalisation Segmentation, personnalisation du contenu et du catalogue	+++	+++	+++	+++
Portail client numérique Portail de libre-service	++	+++	++	++
Veille stratégique et analyses Outils d'analyse natifs dans la plate-forme	++	+++	++	+++
Capacités d'intégration API, capacités d'importation/exportation, etc.	+++	+++	++	++
Fonctions B2B avancées Hiérarchisation des clients, autorisations, devis et contrats, OCI Punchout, etc.	+++	+++	++	++
Évolutivité Transactions, produits, points de contact, canaux de vente, modèles d'entreprise	+++	+++	++	++
Délai de mise en ligne Délai de mise en œuvre, développement continu	++	+++	+++	+++
Coût total de possession Investissement et dépenses opérationnelles	€€	€	€€	€
Références dans le commerce B2B	Karma Automotive, Maui Jim, Office Depot, New Era, Maxim Integrated	Dover Corporation, Atlas Copco, Rockwool, Trumpf, Würth	Avery Dennison, Land O'Lakes, Univar, Solvay, Samsonite	AB InBev, BMN bouwmaterialen, Liebherr, Rural King, Watsco

PORTAIL CLIENT NUMÉRIQUE

Les 4 principes clés d'un portail client B2B





1

Libre-service B2B

- Gestion des centres de coûts
- Suivi des commandes/livraisons
- Gestion des devis, des offres et des projets
- Processus (et renouvellement) de commande simple et automatisé
- e-services pour les catalogues et les intégrations EDI/OCI

2

Services d'après-vente

- FAQ, « chat » et systèmes de tickets
- Documentation technique et commerciale, formation en ligne
- Offres automatiques de renouvellement de commande, de pièces de rechange, de consommables, de services

3

Processus de ventes numériques

- Achat guidé
- Intégration d'applis de vente
- Co-navigation
- Aide préalable à la vente
- Participation du client

4

Modèles numériques

- Gestion numérique des produits
- Offres regroupant produits et services
- Modèles de produits en tant que services

LES AVANTAGES DU NUMÉRIQUE

Évolution de votre boutique B2B

Le portail client numérique est une étape indispensable. Pour renforcer les ventes et la fidélité des clients, vous devez comprendre leur parcours d'achat et éliminer tous les obstacles. En mettant en place un portail qui aide réellement vos clients à chaque étape, vous faciliterez les achats et en tirerez de nombreux avantages. Voici quelques exemples :

- Satisfaction et fidélisation des clients grâce à une expérience d'achat de qualité supérieure
- Augmentation de la valeur moyenne des clients (fort potentiel commercial)
- Amélioration des processus de ventes en interne pour les rendre beaucoup plus efficaces (opportunités pour le personnel)

Cela implique de fournir aux clients les bons produits et services au moment opportun. Ils y voient ainsi une expérience d'achat de qualité supérieure, et un meilleur retour sur investissement.

Consultez notre site web pour en savoir plus !

LES AVANTAGES POUR LE SERVICE INFORMATIQUE

Portail client et service informatique

De quel environnement informatique un portail client a-t-il besoin ? Nous recommandons une plate-forme de commerce B2B avec une architecture orientée API pour une approche centrée sur le client. Une architecture API dotée d'applications pré-intégrées est idéale pour connecter les applis les plus performantes du marché. La plate-forme doit également permettre une intégration complète dans tous les systèmes et processus commerciaux (ERP, GIP, OMS ou GRC).

Votre portail client permettra ainsi de proposer toutes sortes de services à l'échelle de l'entreprise : commandes en ligne et hors ligne, données IdO, données financières venant des systèmes ERP, facturation, données de suivi, etc.

La plate-forme accueillant toutes vos boutiques où qu'elles se trouvent dans le monde, vous devrez créer des milliers de portails clients individuels. Pour pouvoir répondre aux ambitions de votre société, il vous faudra donc une technologie basée sur le cloud qui permettra une extension rapide en cas de pics de trafic.

Consultez notre site web pour en savoir plus !

CLIENT

Le portail client numérique dans **le secteur des machines : bien plus qu'une simple boutique B2B**

D'après le témoignage de Rainer Schüßler



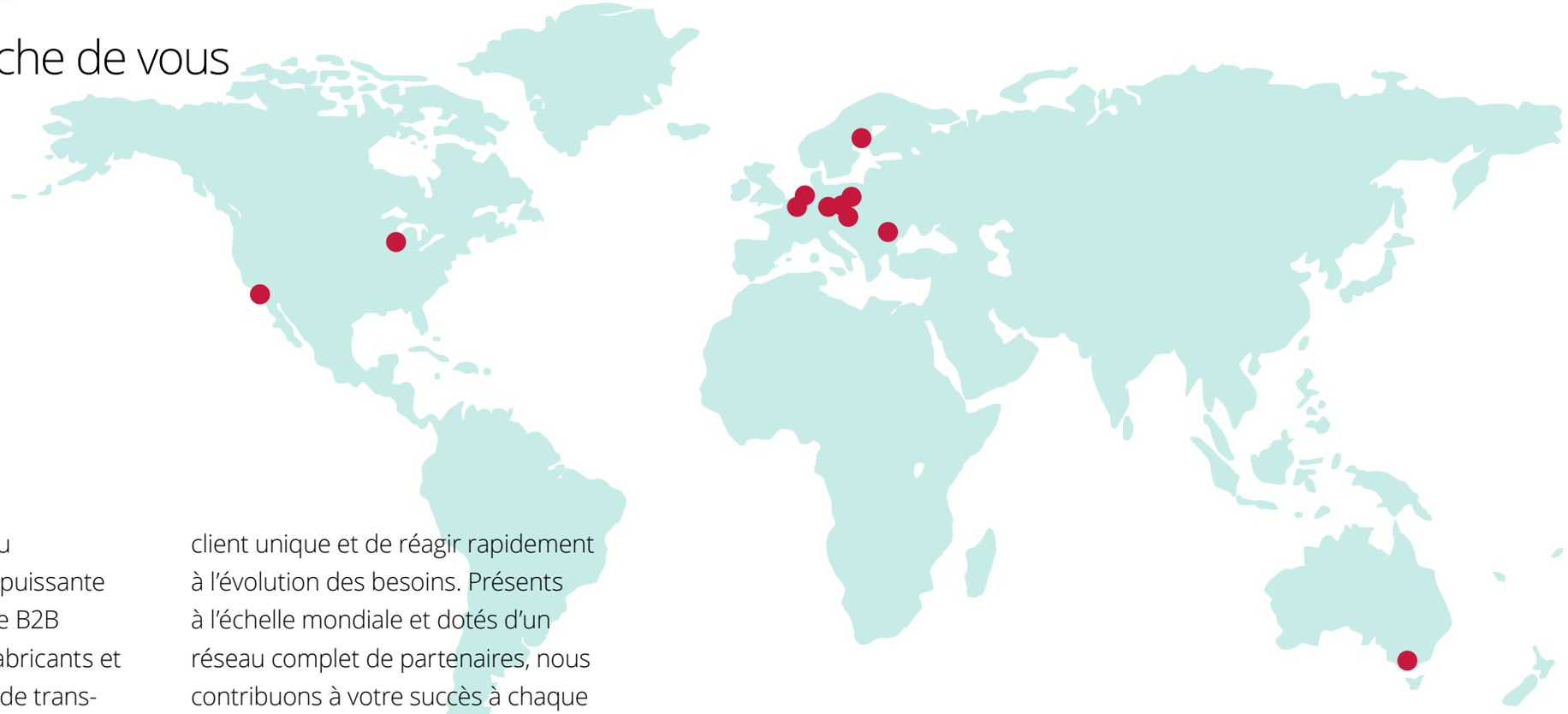
TRUMPF

Trumpf, connu pour sa haute technologie, des lasers aux machines-outils interconnectées, a créé un portail client numérique : MyTrumpf. Le fabricant assure ainsi la fidélité de ses clients sur le long terme et l'augmentation de ses ventes en ligne.

Le portail permet aux clients d'accéder à des libres-services pratiques et personnalisés pour enregistrer leurs machines, visualiser les contrats de service, acheter des pièces détachées, et bien plus encore. Rainer Schüßler et son équipe prévoient de mettre en ligne tous leurs produits, allant des machines et pièces détachées standard aux outils et matériels de production fortement personnalisés. Pour ce faire, il faudra un accès standardisé avec une connexion centralisée aux processus d'achat et aux données des machines.
Bienvenue dans l'avenir numérique !

À PROPOS D'INTERSHOP

Toujours proche de vous



Intershop est le moteur du commerce digitale. Notre puissante plate-forme d'e-commerce B2B permet aux plus grands fabricants et grossistes internationaux de transformer leur activité et d'augmenter leurs revenus dans un monde avant tout digital.

Nos solutions basées sur le cloud constituent un élément essentiel de la réussite digitale et donnent la flexibilité d'offrir une expérience client unique et de réagir rapidement à l'évolution des besoins. Présents à l'échelle mondiale et dotés d'un réseau complet de partenaires, nous contribuons à votre succès à chaque étape, en vous donnant des occasions d'évoluer, d'innover et de vous démarquer de la concurrence.

Intershop est là pour vous donner un coup de pouce. Trouvez comment sur www.intershop.com.



PARLEZ DIRECTEMENT À L'UN DE NOS EXPERTS

www.intershop.com/en/locations
info@intershop.com