

«Nous montrons l'itinéraire à suivre dans l'Internet»

La diversité des possibilités de s'informer et de commander dans le commerce change le marché. Des canaux numériques concurrent, ou, si l'on s'en sert habilement, complètent le processus de distribution en trois phases. De toute façon, il faut redéfinir les relations et les entretenir sur plusieurs niveaux à la fois pour que les acheteurs potentiels deviennent des clients du commerce spécialisé, sans que les partenaires commerciaux ne s'éparpillent dans la multiplicité des marques et des canaux. Les nouveaux services électroniques «retail Connect» et «data view» que lance nexmart offrent une aide appropriée. PB Swiss Tools et Allchemet sont les premiers fournisseurs du commerce suisse spécialisé en quincaillerie à s'être décidés en faveur de ces outils. Madame Eva Jaisli, docteur honoris causa, CEO de PB Swiss Tools AG à Wasen (BE) et Guido Schmid, directeur d'Allchemet AG à Bäretswil (ZH) expliquent les motifs de leur décision.

Qu'est-ce que «retail Connect»?



Cet outil de nexmart permet d'accompagner les acheteurs éventuels depuis le premier contact numérique à travers tout le processus d'achat jusqu'au commerçant spécialisé proche de chez eux, à sa boutique en ligne ou directement au magasin. On sait aujourd'hui que 85% des acheteurs éventuels consultent d'abord le site web du fournisseur. D'une part, parce qu'ils pensent y trouver les meilleures informations. D'autre part, parce que les gens identifient généralement un produit avec la bonne marque. Par exemple: «tournevis = rouge = PB Swiss Tools» ou «boîte à outils = turquoise = Allchemet». Il faut donc désormais utiliser le premier contact avec le site web du fournisseur pour piloter tout le processus d'achat (parcours du client) sans perdre le client. En effet, à défaut d'aide supplémentaire ou d'orientation chez le fournisseur, les acheteurs potentiels chercheront par eux-mêmes. Via Google, ils iront dans une boutique en ligne quelconque ou, généralement sans le vouloir, à la concurrence.

«retail Connect» associe en permanence le commerçant spécialisé au site web du fournisseur en définissant ainsi le parcours du client.

L'acheteur potentiel reçoit une vue d'ensemble de tous les commerçants spécialisés qui sont en mesure de livrer le produit du stock, soit dans une boutique en ligne, soit dans un magasin près de chez lui. Grâce à «retail Connect», la recherche de magasins spécialisés sur l'Internet n'est plus une simple recherche par code postal. Elle fournit une plus-value réelle en indiquant le commerçant chez lequel le produit est actuellement disponible. Le client peut donc acheter dans la boutique en ligne ou visiter le magasin du commerçant choisi et s'y faire conseiller. La tenue du produit en stock et l'annonce de disponibilité sont la contribution du commerce stationnaire au bon fonctionnement de «retail connect». La disponibilité est transmise automatiquement ou communiquée régulièrement par le commerçant à nexmart. «retail Connect» représente donc la saisie directe et l'accompagnement de l'acheteur potentiel tout au long de son parcours jusqu'à la conclusion de la vente par le commerçant spécialisé, dans sa boutique en ligne ou son magasin.


Qu'est-ce que «data View»?



En complément à «retail Connect», l'outil «data View» de nexmart offre la transmission à titre exclusif des données originales du fabricant à la boutique en ligne du commerçant participant. Ainsi, tous les acheteurs potentiels obtiennent des informations de première main, même s'ils les cherchent chez leur commerçant spécialisé favori avant de visiter le site du fournisseur.

Avec «data View», le commerçant spécialisé intègre en permanence un lien nexmart dans sa boutique en ligne et obtient ainsi les informations sur les produits, images, vidéos, fiches techniques etc. d'origine dans sa boutique en ligne.

Il dispose ainsi en permanence des meilleures données constamment à jour dans sa boutique en ligne et s'épargne l'entretien chronophage et coûteux des données. Les fournisseurs conservent le contrôle de leurs données et sont représentés par les mêmes données détaillées sur la marque et le produit dans toutes les boutiques en ligne affiliées. nexmart se charge de mettre en forme les données des fabricants et de les distribuer. «data View» ne se limite pas à fournir aux commerçants les meilleures données disponibles. Les fournisseurs peuvent eux aussi déclencher la transmission directe de données sur le terminal mobile au moyen du code QR figurant par exemple sur une annonce, le produit ou l'emballage, avec l'adresse d'un commerçant spécialisé proche (en ligne ou magasin) et une fonction d'achat. Le client peut ainsi acheter en ligne directement à partir d'une annonce ou d'un emballage vide muni du code QR, auprès du commerçant spécialisé de son choix où le produit souhaité est disponible. Cette fonctionnalité moderne naît de la coordination entre «retail Connect» et «data View».



Dr. h.c. Eva Jaisli
CEO PB Swiss Tools AG

«Customer Journey» – ou le parcours de nos clients!

Madame Jaisli, Monsieur Schmid, vos entreprises misent sur la solution «retail Connect» de nexmart pour récupérer les acheteurs potentiels en ligne aussi tôt que possible et les amener à acheter dans le commerce spécialisé. Pouvez-vous nous donner des précisions à ce sujet?

Eva Jaisli: «retail Connect» est d'abord un instrument qui soutient et renforce notre stratégie de concentration sur le client, raison pour laquelle il nous convient parfaitement. Nous avons la ferme conviction que non seulement les assortiments, mais aussi notre communication doivent s'adapter le mieux possible aux différents segments de clientèle. Nous voyons en «retail Connect» et en «data View» des outils idéaux pour nous adresser à nos clients de façon encore plus ciblée, reconnaître leurs besoins, les informer en conséquence et les guider. Grâce à la renommée de la marque PB Swiss Tools, de nombreux clients visitent le site web du fabricant. Les nouveaux outils nous permettent d'aller chercher les clients potentiels de façon ciblée directement sur notre plateforme, pour les amener vers le commerce spécialisé par des informations et des conseils de soutien. L'accompagnement depuis le site web attirant du fabricant jusqu'au commerçant représente une chance tant pour le client que pour le commerçant et le fournisseur. Cette forme de coopération a fait ses preuves depuis des décennies. PB Swiss Tools veut persévérer de façon ciblée dans la voie du succès avec «retail Connect».

Guido Schmid: Notre but premier est d'offrir aux commerçants des produits et des services à forte valeur ajoutée pour le client, et par conséquent des affaires profitables. «retail Connect» donne au client une orientation, des informations de premier ordre et le guide sur la voie à suivre pour prendre une décision d'achat sûre. Nous ne voulons plus laisser les acheteurs éventuels en plan avec des informations incomplètes et les abandonner à de quelconques boutiques et sociétés de vente par correspondance. Des informations et des renseignements complets devront indiquer aux clients le chemin du commerce spécialisé et les animer à y acheter. Nous dirigeons donc les acheteurs éventuels vers le commerçant spécialisé pour que celui-ci les serve sérieusement et rapidement dans sa boutique en ligne ou dans son magasin.

Boostez votre chiffre d'affaires et celui de vos clients
«retail Connect» incite les clients potentiels à réaliser des achats directement sur votre site Web. Ceux-ci ont la possibilité de se rendre chez les commerçants régionaux pour profiter de conseils personnalisés ou d'acheter directement sur la boutique en ligne du partenaire commercial.
Source: Website nexmart





Guido Schmid
Directeur d'Allchemet AG

Amener habilement les acheteurs potentiels vers le commerce spécialisé, peut-on comparer cela à un entonnoir de plus?

Guido Schmid: Tout-à-fait! Nous ne perdons plus de clients potentiels mais nous les guidons jusqu'à l'achat. C'est effectivement un «entonnoir» qui profite assurément à tous les participants. Pour nous, c'est aussi un signal lancé aux commerçants que nous voulons prospecter le marché avec eux. Ainsi, nous pouvons créer maintenant une présence en ligne pour livrer par l'intermédiaire du commerçant spécialisé local: le cercle se referme.

Eva Jaisli: L'entonnoir se rapporte aussi à des portails comme YouTube ou à des solutions d'applis. Le contact avec les clients éventuels et potentiels représente, dans tous les canaux, une chance pour donner plus d'informations et établir un dialogue. Plus les possibilités de contact numérique se multiplient, plus il est important d'entretenir les «touchpoints» et la canalisation vers le commerce spécialisé. L'entonnoir nécessaire doit être très large en effet.

Le monde numérique est dynamique, mais aussi opaque. Il n'est pas rare que celui qui peut livrer le plus vite réalise la vente.

Eva Jaisli: «retail Connect» intervient à ce niveau et signale à l'acheteur éventuel les commerçants de sa région et leurs boutiques en ligne

où l'article est effectivement disponible. Par ce moyen, nous sommes plus rapides que les pures boutiques en ligne et nous fournissons les conseils techniques du commerçant comme véritable plus-value. Nous montrons l'itinéraire à suivre depuis notre site web jusqu'au commerçant spécialisé. Cet itinéraire électronique permet de s'orienter plus vite dans le réseau touffu de sites web, boutiques et autres canaux: de façon transparente, commode et moderne.

Pour bien finir, le parcours du client doit aussi bien commencer. La grande marque lance le processus.

Eva Jaisli: En effet, le premier contact avec la marque pose les premiers jalons. Le parcours du client commence sur notre site Internet ou dans la boutique en ligne du commerçant. Il est important que le client reçoive des informations uniformes dans tous les canaux où il se meut. De façon simple, «data View» de nexmart fournit à la boutique du commerçant les informations sur les produits disponibles sur notre site web. Le résultat est que le commerçant fournit les mêmes informations que le client final trouverait également sur notre propre site web. La présence de la marque chez le commerçant et le fournisseur devient identique, l'information pour le client plus efficace et les touchpoints du processus clairs et personnalisables.



Les meilleures données produit sur la boutique en ligne et les points de vente
 «data View» permet de consulter les meilleures données produit du fabricant directement sur le point de vente. Ces informations sont ainsi disponibles dans la boutique en ligne, dans le magasin physique et directement sur le produit.

Source: Website nexmart

Les commerçants assurent la disponibilité des produits, les fournisseurs la qualité des données. Leur solidarité stratégique est donc encore plus étroite.

Guido Schmid: En effet, grâce à «data View», l'information devient identique sur tous les canaux et décharge le commerçant d'un travail chronophage et coûteux de mise en forme des données. A moyen terme, nous nous attendons à plus de clarté sur les besoins des clients et sur la pertinence de nos informations.

Eva Jaisli: Les nouveaux outils exigent des investissements et doivent donc être exploités de façon responsable de part et d'autre. Le commerce s'engage en faveur de la bonne marque et à communiquer la mise à jour de la disponibilité, le fournisseur livre des données de premier ordre à l'usage exclusif des commerçants qui participent. Nous considérons le contrôle de la disponibilité du produit chez le commerçant moins comme une obligation que comme une impulsion pour agir activement sur le marché. Nous misons en effet sur l'efficacité du commerçant au niveau local. Notre engagement en faveur de «retail Connect» et de «data View» est donc un engagement clair en faveur d'un commerce spécialisé compétent que nous continuerons à soutenir activement à l'avenir dans la vente en ligne et hors ligne..

Guido Schmid: C'est un engagement en faveur d'un commerce capable d'offrir non seulement le magasinage, mais aussi de vendre avec des conseils compétents, un point de vente attrayant et une présence engageante pour la marque.

Et qui témoigne ainsi clairement de son engagement en faveur de la marque ...

Guido Schmid: Absolument! Les deux outils ne fonctionnent qu'en entretenant en permanence la présence de la marque dans la tête des clients. Des assortiments clairement structurés chez le commerçant renforcent leur efficacité. Sur ce point, en tant que fournisseur participant, nous cherchons le dialogue avec les commerçants. Ce dialogue doit dépasser les questions techniques pour créer de la transparence et clarifier les principes. Clarifier la force de la marque, des produits et des services ainsi que l'évaluation de cette prestation par le client. De nos jours, la transparence règne de toute façon. Nous ne devrions pas nous y opposer, mais au contraire l'utiliser pour renforcer le commerce stationnaire.

Eva Jaisli: Avec «retail Connect», nous sommes dans les starting blocs. L'invitation à y participer est lancée, mais il est également possible de s'y joindre encore plus tard. L'outil de nexmart «retail Connect» offre absolument, avec l'option complémentaire «data View», un environnement quasiment exempt de concurrence. C'est ce qui le rend particulièrement intéressant et ce qui offre, à notre avis, la plus grande utilité. C'est avec plaisir que nous accueillerons tous ceux qui reconnaissent le potentiel d'une promotion claire de la marque et veulent mettre en œuvre la synergie de la vente en ligne et hors ligne. nexmart présentera les outils à un large public de commerçants spécialisés au salon Hardware 2017.

Reportage et Interview: Andreas Grünholz, Photos: Alex Buschor

Dieser Bericht wird in einer der nächsten Ausgaben der perspective in deutscher Sprache publiziert.

retail Connect

Mettez le turbo à votre chiffre d'affaires pour vous et vos clients

- Animez vos clients potentiels à acheter directement sur le site web du fournisseur
- Lien direct entre site web du fournisseur, boutiques en ligne et filiales du commerce spécialisé
- Taux de conversion élevé: conversion efficace des intéressés en acheteurs
- Guide les clients pour les achats en ligne et stationnaires (click & collect) vers le commerçant
- Grande disponibilité stationnaire auprès des commerçants spécialisés utilisable encore plus efficacement comme avantage compétitif
- Augmentation significative des chiffres d'affaires du fournisseur et du commerçant spécialité

Filiales des commerçants stationnaires (hors ligne)

L'artisan / le client final s'informe en visitant le site web du fournisseur

Boutiques en ligne des commerçants online

Portails pour clients finaux

La voie la plus rapide vers retail Connect.

> nexmart.com