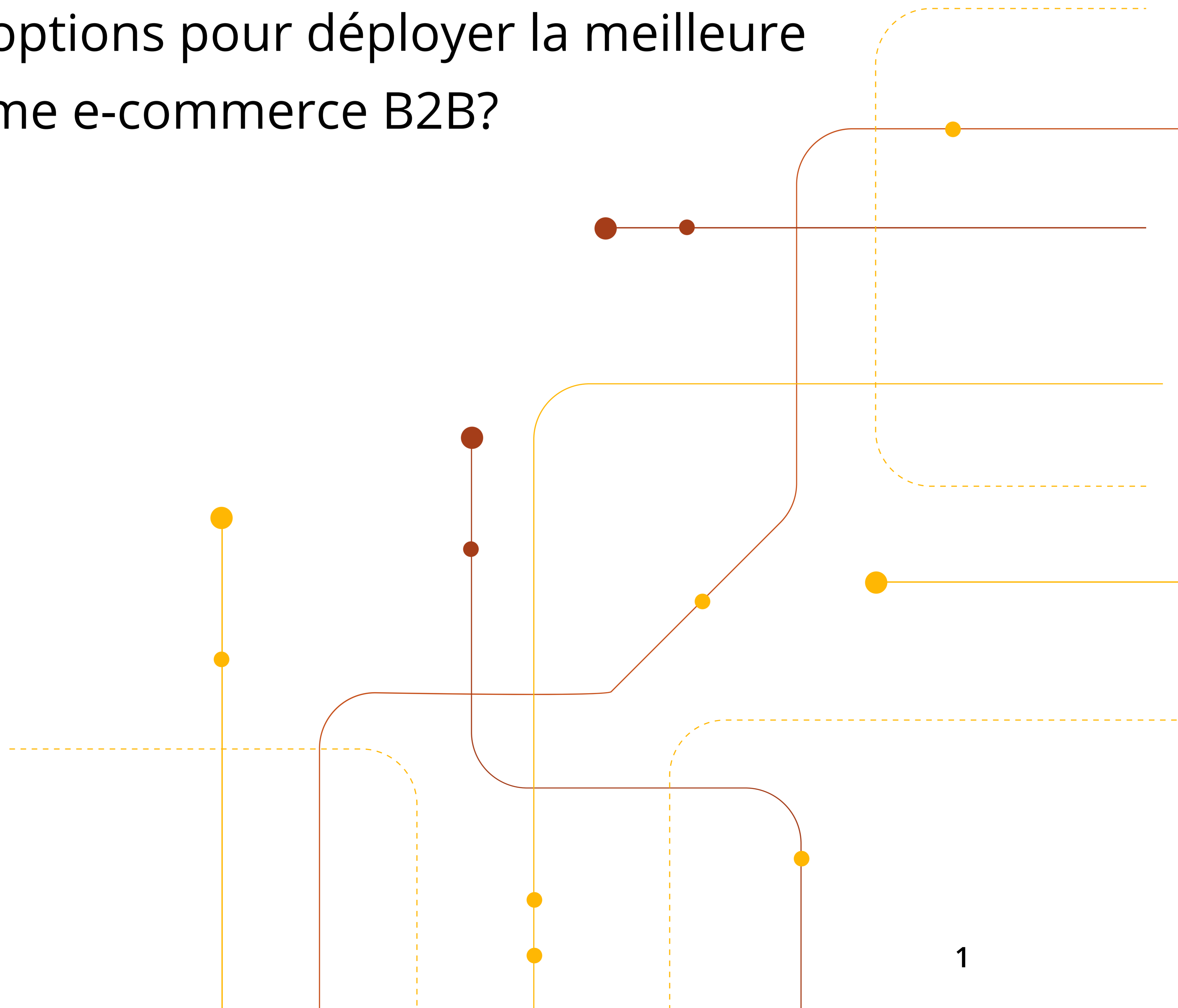




# Livre blanc

## Créer une plateforme e-commerce sur-mesure ou acheter la plateforme d'un éditeur ?

Quelles options pour déployer la meilleure plateforme e-commerce B2B?



# SOMMAIRE

Dans quel contexte la création d'une solution sur-mesure est-elle judicieuse ?	4
Quand faut-il construire sa propre solution et quand faut-il acheter une plateforme du marché ?	5
Les facteurs à prendre en compte lors de l'élaboration de votre stratégie	6
Les avantages et les inconvénients des solutions e-commerce sur-mesure	7
Les avantages et les inconvénients des solutions e-commerce d'éditeurs	8
Comparaison des coûts	9
Ne choisissez pas entre les deux options, combinez-les !	12
La meilleure option : une solution B2B flexible et personnalisable	13
Les étapes de votre solution personnalisée	14
Choisissez une plateforme open source	15
Conclusion	16
À propos de OroCommerce	17
À propos de Synolia	19



Mettre en place une plateforme e-commerce est aujourd'hui essentiel pour une activité de vente en ligne. C'est la solution qui doit fournir une interface agréable aux clients et un back-end puissant aux collaborateurs de l'entreprise. Elle doit aussi s'intégrer parfaitement au système d'information existant : CRM, gestionnaire de contenus, module de paiement, gestionnaire des stocks, de l'entrepôt, de l'exécution des commandes... En priorité, la solution e-commerce doit être un outil permettant de gérer efficacement les relations avec les clients.

Avant que les solutions e-commerce ne deviennent courantes sur le marché, les entreprises construisaient leurs propres solutions en interne, avec l'aide de leur équipe informatique, de leurs développeurs, ou d'un prestataire externe. C'est ainsi que des marketplaces comme eBay ou celle de Fnac.com sont apparues. Ce processus de développement nécessitait beaucoup de ressources humaines, du temps et de l'argent. Par ailleurs, les solutions "maison" n'étaient pas toujours faciles à adapter et à modifier. L'intégration à d'autres systèmes était aussi très difficile, voire impossible.

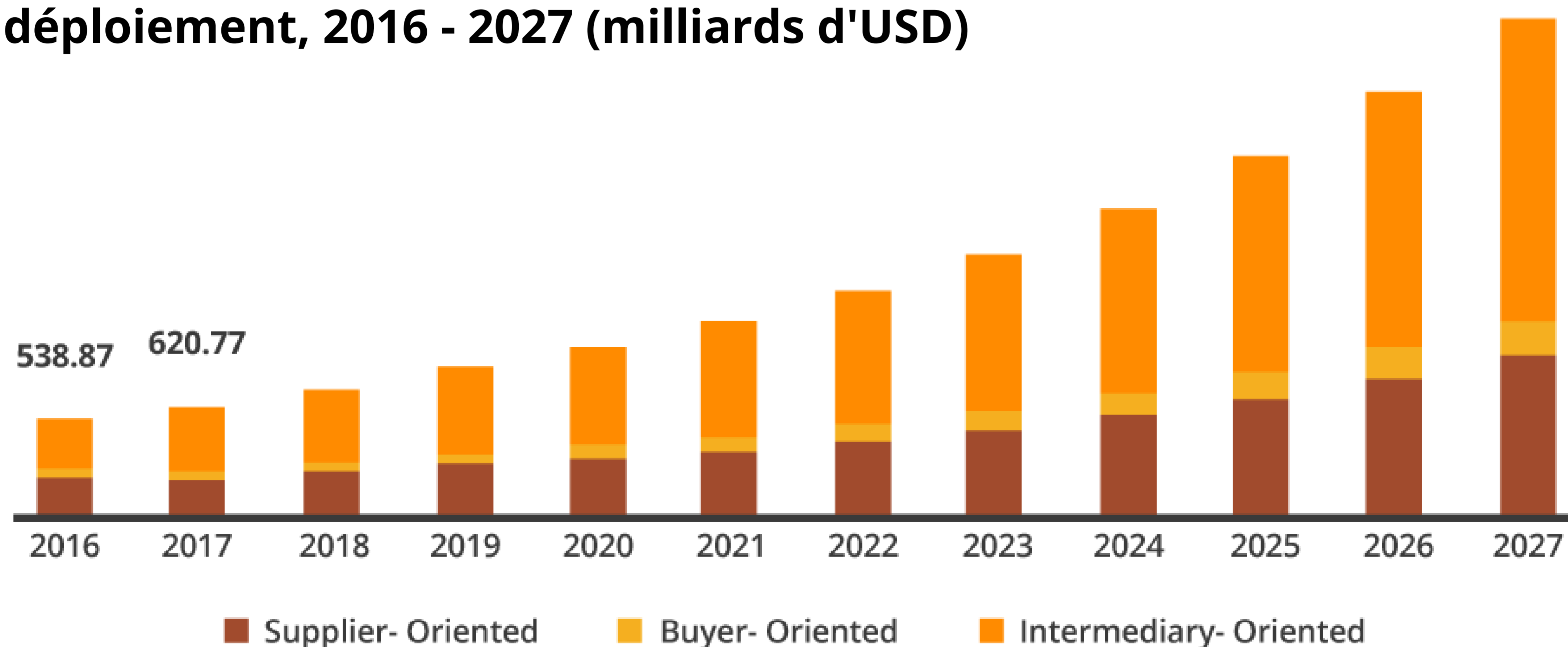
Aujourd'hui encore, de nombreuses grandes entreprises et PME ont recours à l'approche "build-it-yourself". Souvent parce qu'elles veulent garder un contrôle total sur le développement, l'évolution et la maintenance de leur solution. Souvent aussi parce qu'elles veulent construire exactement ce dont elles ont besoin, quand elles en ont besoin. Et parce qu'elles redoutent le manque de flexibilité ou de personnalisation des plateformes d'éditeurs.

Par ailleurs, la décision de construire soi-même ou d'acheter une plateforme n'est pas forcément binaire. Une entreprise peut décider de construire une application pour une tâche et d'acheter un produit standard pour une autre. Ces décisions sont souvent motivées par le planning, le budget et les solutions disponibles sur le marché.

Par exemple, pour gérer le contenu d'un site, le marché des CMS propose plus de 250 solutions : des logiciels généralistes aux logiciels de niche en passant par des solutions open source. Pourtant, une étude de W3techs a révélé que 39 % des sites internet utilisent encore des systèmes de gestion de contenu personnalisés, non reconnus. Alors, pourquoi construire un CMS personnalisé alors qu'il en existe tant sur le marché ?

Selon Forrester, les entreprises se posent de plus en plus souvent la question d'acheter ou de construire. Les progrès technologiques facilitent le développement et la personnalisation des solutions, ce qui pousse les acheteurs à se tourner vers de nouveaux systèmes.

## Taille du marché du e-commerce B2B en Amérique du Nord, par déploiement, 2016 - 2027 (milliards d'USD)



Les entreprises e-commerce B2B sont particulièrement enclines à construire leurs propres solutions digitales, à partir de zéro. Cela s'explique par le fait que le marché des éditeurs de plateforme e-commerce, en particulier BtoB, n'en est qu'à ses débuts. La demande de solutions spécialisées en B2B s'est rapidement développée et les besoins sont complexes. Pour beaucoup, le développement d'une solution interne est donc la seule option viable pour répondre pleinement à leurs besoins. Aussi, beaucoup d'entreprises B2B ont échoué en essayant d'adopter des plateformes B2C auxquelles elles ont ajouté des modules complémentaires B2B. Elles se sont très vite retrouvées limitées par les capacités de la plateforme, et dans l'incapacité d'offrir l'expérience client souhaitée.



# Dans quel contexte la création d'une solution sur-mesure est-elle judicieuse ?

Si vous êtes contre l'idée de perdre le contrôle de votre plateforme et de sa trajectoire de développement, vous devez créer votre propre solution. Outre le fait d'être maître de cette solution, il y a souvent d'autres raisons qui justifient le choix de certaines entreprises de se lancer dans le développement d'une plateforme e-commerce "from scratch" :



## **Vous vous apprêtez à devenir une entreprise IT**

Ou peut-être l'êtes-vous déjà ? Devenir une entreprise technologique n'est pas donné à tout le monde. Lorsque vous créez une solution e-commerce, vous vous aventurez dans le développement d'un logiciel et vous vous éloignez de votre activité principale. Vous devez travailler sur la structure, le versioning, les variantes de langages, les flux de travail, les autorisations, le système de diffusion du contenu, les interfaces, la recherche, etc. Dans de nombreux cas, le processus de développement est un travail continu, et la première itération est rarement celle que vous utiliserez à la fin. Aussi, ce travail nécessite d'être à la pointe des dernières tendances et technologies pour maintenir votre productivité, vos ventes et votre expérience client. Et lorsqu'il s'agit de mises à jour ou de nouvelles fonctionnalités, vous êtes libres de choisir quand et comment les intégrer.



## **Vous êtes dans un secteur hautement réglementé**

Certains secteurs sont extrêmement réglementés dans leurs opérations commerciales. Par exemple, si vous vendez des solvants ou des fournitures médicales, votre site e-commerce doit se conformer à des règles spécifiques concernant la documentation, les références ou les certifications nécessaires avant d'engager une transaction. Tous les produits ne peuvent pas être vendus à tous les clients non plus. Ces réglementations peuvent faire apparaître la solution e-commerce sur-mesure comme une option plus adaptée.



## **Vous travaillez dans une structure commerciale complexe**

Si votre entreprise est constituée de filiales ou de sous-marques indépendantes servant des segments de clientèle particuliers, une solution toute faite peut ne pas fonctionner. Vous pouvez avoir besoin de fonctionnalités complexes de relation client ou de back-office par exemple. Or, tous les éditeurs ne sont pas en mesure de prendre en charge les hiérarchies internes, les restrictions d'accès, les processus d'approbation ou les processus complexes de certaines entreprises.



## **Vous vendez des articles complexes ou personnalisables**

Toutes les solutions fournies par les éditeurs ne permettent pas de vendre des produits qui sortent des standards. En plus de leur produit principal, certaines entreprises vendent des services à valeur ajoutée tels que des installations, des consultations ou séminaires de formation. D'autres entreprises vendent des produits configurables qui nécessitent des menus personnalisés sur leurs pages produits. D'autres encore peuvent avoir besoin de restreindre la visualisation et la commande de leurs produits à certains groupes de personnes.



## **Vous avez besoin d'autres options de paiement**

Les entreprises qui traitent des commandes importantes peuvent avoir des clients qui ne paient pas par carte. Elles doivent alors proposer le paiement par virement ou par d'autres moyens. Il se peut également que votre entreprise travaille avec des administrations et, dans ce cas, des règles de paiement spécifiques devront s'appliquer. Des règles qui bien souvent ne sont pas prises en compte par les plateformes du marché. Votre propre système e-commerce développé sur-mesure vous donne un contrôle total sur les transactions et les options de facturation.



# Quand faut-il construire et quand faut-il acheter sa plateforme e-commerce ?

La décision de développer votre propre solution ou de faire confiance à un éditeur pour vous la fournir dépend principalement de vos ressources en temps et budget, ainsi que de la valeur que vous espérez tirer de votre solution. Bien considérés, ces facteurs seront déterminants pour votre prise de décision.

## Acheter ou louer ?

L'acquisition d'une plateforme e-commerce est comparable à celle d'un bien immobilier et mérite d'être considérée avec attention. En effet, comme pour un bien immobilier, vous pouvez décider de louer ou d'acheter votre propre plateforme.

Les éditeurs proposent des solutions "prête à l'emploi" qui répondent à la grande majorité des besoins. Beaucoup sont faciles à personnaliser, mais il y a généralement des limites aux changements que vous pouvez apporter. Et si l'éditeur propose une solution qui n'est pas open source, les outils disponibles pour la personnalisation seront d'autant plus limités. Vous aurez moins de maîtrise et vous serez un locataire de cette solution. Et, en tant que locataire, vous serez dépendant de l'éditeur. Vous pourrez être confronté à une augmentation des coûts ou être amené à vous reloger si vous venez à manquer d'espace.

En revanche, la solution sur-mesure est développée exactement selon vos besoins. Contrairement à un éditeur que vous payez pour utiliser sa solution, vous êtes entièrement propriétaire de votre bien et pouvez en maximiser la valeur apportée à votre entreprise. Lorsque vous êtes propriétaire de votre solution et du code, il est plus rapide d'en assurer la maintenance, la mise à jour ou la personnalisation. Mais, d'un autre côté, la recherche d'un bon développeur ou d'une agence capable de construire une solution sur-mesure est un plus grand défi que de trouver une solution e-commerce déjà développée.

### Les solutions sur-mesure sont idéales pour...

Les entreprises qui travaillent dans des secteurs réglementés avec des restrictions complexes imposées sur les ventes, le stockage ou l'expédition de leurs produits.

Les entreprises qui acceptent différents modes de paiement, conditions, facturation, ou qui souhaitent plus de contrôle sur leurs transactions.

Les organisations ayant des flux de travail spécifiques concernant la tarification, les négociations et les commandes. Elles peuvent également avoir des exigences complexes en matière de regroupement de produits et de services à valeur ajoutée.

Les structures d'entreprise complexes, avec de multiples marques, sous-marques, ou des entreprises desservant plusieurs marchés verticaux.

Les entreprises qui disposent de suffisamment de temps et de budget pour se lancer dans un projet technologique, et capables de supporter la solution sur le long terme.

### Les solutions proposées par les éditeurs sont idéales pour...

Les entreprises dont le modèle de vente est simple et qui n'ont pas d'exigences particulières en matière de produits ou de clients.

Celles qui cherchent à se lancer rapidement sur le marché. Les éditeurs investissent beaucoup sur l'onboarding des clients, ce qui permet de faciliter le paramétrage de votre interface et de votre catalogue de produits.

Les marques qui ne veulent pas s'occuper de l'hébergement ou des mises à jour. De nombreuses solutions d'éditeurs sont SaaS ou hébergées dans le cloud, ce qui signifie que les mises à jour des fonctionnalités et la maintenance sont incluses.

Les entreprises disposant d'un budget limité. Créer sa propre plateforme prend des mois, voire des années, et les coûts peuvent atteindre un niveau très élevé.

Les entreprises qui ont besoin d'intégrer leur plateforme e-commerce à des solutions existantes telles qu'un ERP, un CRM ou un PIM.



# Les facteurs à prendre en compte lors de l'élaboration de votre stratégie

Le bon choix de plateforme e-commerce peut vous permettre de pénétrer le marché plus rapidement et de réussir le lancement de votre activité. À l'inverse, un mauvais choix de plateforme peut retarder votre lancement et créer des coûts irrécupérables en temps et en argent. Voici ce qu'il faut garder à l'esprit :

## **Délai d'exécution**

Déterminez le calendrier idéal pour la création et le lancement de votre site e-commerce. Si vous n'avez pas d'impératif, vous pouvez consacrer plus de temps à la création et au développement. Et, si vous optez pour un site e-commerce sur-mesure, vous devrez établir un planning, développer, tester, modifier et déboguer plusieurs versions. En revanche, si le temps est une contrainte, il est préférable de choisir une solution d'éditeur.

## **Budget**

Les plateformes e-commerce proposées par les éditeurs s'accompagnent de coûts de set-up et de licence, de suppléments pour les intégrations et services de mise en œuvre, et parfois des coûts liés à l'infrastructure. Pour construire votre propre solution, vous avez besoin d'une équipe composée de développeurs, de managers, de responsable qualité, de personnel en charge de la maintenance et de l'infrastructure de la plateforme. Si vous ne disposez pas de ces ressources informatiques en interne, le partenariat avec un éditeur peut vous faire économiser de l'argent à court et long terme.

## **Clients**

N'oubliez pas de parler à vos clients et de recueillir leurs commentaires sur ce qu'ils aimeraient voir. L'avis des clients doit influencer la voie que vous allez suivre. Emails de suivi, notifications mobiles ou enquêtes sur les pages de remerciement sont un bon point de départ. Ne négligez pas non plus les entretiens téléphoniques ou physiques. Les clients fidèles et réguliers sont généralement d'accord pour donner leur avis lorsque vous le leur demandez.

## **Projets d'avenir**

Vous envisagez de vous restructurer ou de vous lancer dans des fusions ou acquisitions ? Si vous souhaitez introduire de nouveaux produits, de nouvelles marques ou de nouveaux marchés, votre plateforme e-commerce doit être en mesure de répondre à vos projets. Vous devez également tenir compte de tous les changements sur le marché, de toutes les nouvelles technologies, et de toutes les nouvelles tendances de consommation.

## **Adhésion des parties prenantes**

La direction, les managers, le personnel opérationnel et les représentants de tous les services doivent adhérer à votre stratégie e-commerce. Vos services marketing, commercial et informatique doivent participer activement au processus de décision. Ils vont interagir directement avec la plateforme et ses intégrations.

## **Exigences**

Examinez attentivement vos besoins B2B actuels. De nombreuses entreprises qui vendent à d'autres entreprises ont des hiérarchies complexes ou doivent utiliser plusieurs modèles de vente au sein d'une même plateforme e-commerce. Si c'est votre cas, méfiez-vous des plateformes conçues pour le B2C. Elles peuvent répondre à vos besoins en matière de ventes mais pas aux particularités de votre activité.

# Les avantages et les inconvénients des solutions e-commerce sur-mesure

## Avantages

### ◆ Liberté de création

Lorsque vous développez votre solution à partir de zéro, vous pouvez créer les fonctionnalités que vous souhaitez. Des fonctionnalités qui ne sont pas disponibles ailleurs. Vous pouvez adapter votre solution e-commerce aux besoins de votre entreprise et de vos clients.

### ◆ Juste ce dont vous avez besoin

Beaucoup d'entreprises souhaitent une solution légère, sans superflu. Avec une solution sur-mesure, vous ne construisez pas d'intégrations, de modules ou d'options que vous n'utiliserez jamais.

### ◆ Propriété totale

C'est confortable d'être entièrement propriétaire de sa solution, sans personne pour s'interposer entre votre entreprise et le logiciel. Vous avez le contrôle de chaque aspect de votre infrastructure de vente et de votre roadmap de développement. Il est ainsi plus facile de répondre aux attentes des clients, de vous adapter aux évolutions du marché et de renforcer la résilience de votre entreprise.

### ◆ De meilleures conditions

Certains éditeurs prennent en otage les entreprises e-commerce avec des frais de transaction et de souscription. Or, de nombreuses entreprises ne sont pas enclines à céder un pourcentage de leurs revenus en plus des frais mensuels. Une solution personnalisée permet d'éliminer ces coûts.

## Inconvénients

### ◆ Exigeant en termes de ressources

La création d'une plateforme e-commerce nécessite des ressources en temps, en argent et en hommes. De l'ingénierie, de la planification, de la conception, du développement, des tests de pré-production... Une mise en œuvre réussie implique beaucoup de travail en amont.



# Les avantages et inconvénients des solutions e-commerce d'éditeurs

## Avantages

### ◆ Fonctionnalité

Avec les fonctionnalités prêtes à l'emploi, il n'est pas nécessaire de rechercher, développer, tester et mettre à jour votre plateforme. Les éditeurs proposent généralement un large choix d'intégrations et d'API pour vous aider à personnaliser votre boutique en fonction de vos besoins.

### ◆ Sécurité et stabilité

Les réglementations de sécurité telles que PCI DSS, SOC 2, GDPR, CCPA, et d'autres sont ajoutées ou mises à jour. Vous n'avez pas à vous inquiéter de la conformité aux directives, certificats ou réglementations de sécurité.

### ◆ Support client

De nombreux éditeurs utilisent le support client comme un facteur de différenciation. Ils offrent une assistance étendue par téléphone, email ou chat. Il est également possible d'obtenir de l'aide par le biais de tutoriels vidéo, de webinaires et de documentation en libre-service.

## Inconvénients

### ◆ Moins de contrôle

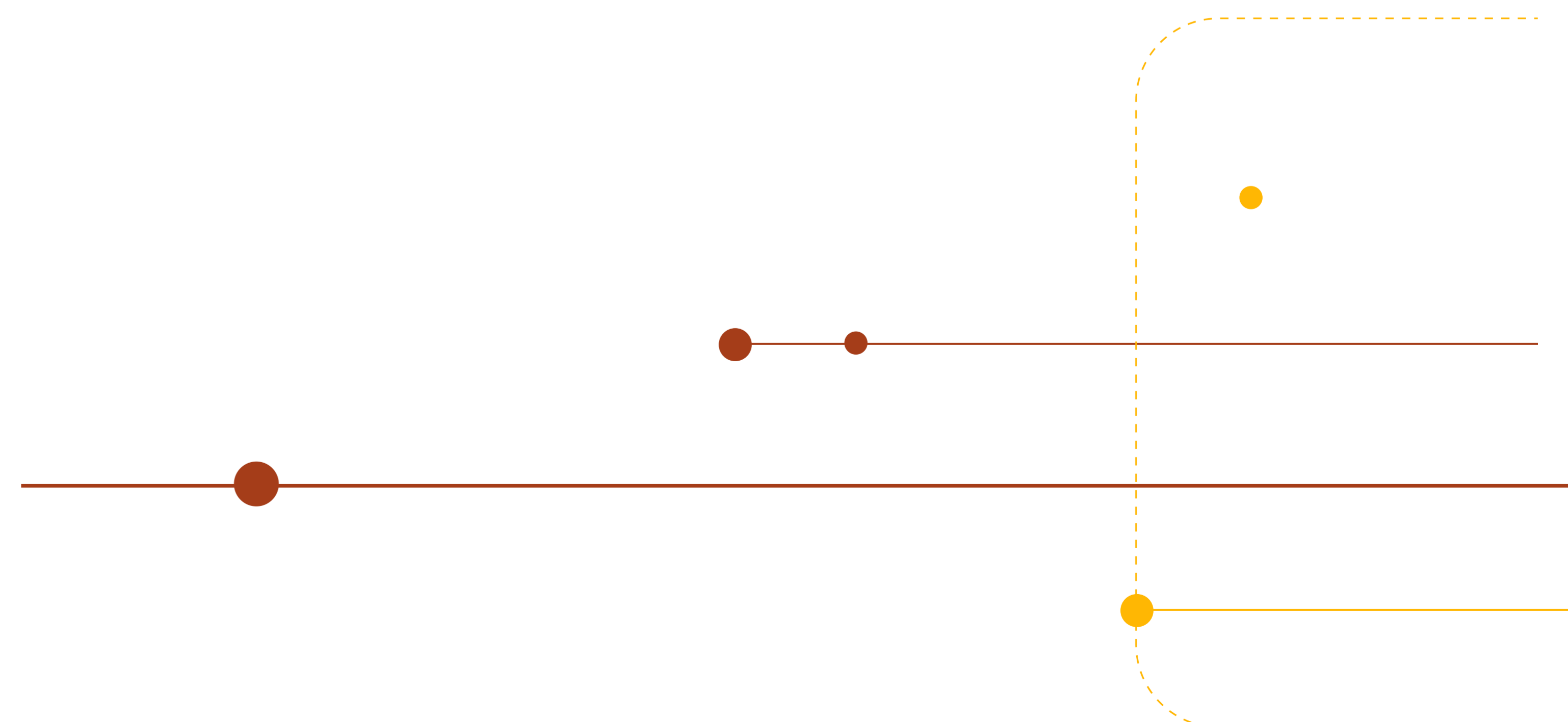
Le choix d'une solution éditeur implique de renoncer à un certain contrôle sur le processus de vente. Si votre éditeur décide d'augmenter les frais, de limiter les fonctionnalités ou de modifier certains aspects logiciels, cela peut affecter votre activité de vente en ligne.

### ◆ Moins de flexibilité et de réactivité

Les entreprises à croissance rapide peuvent voir leurs exigences changer. Elles auront toujours besoin de nouvelles intégrations, plugins, connecteurs, et autres possibilités d'importer des données depuis des systèmes externes. Mais certains éditeurs e-commerce sont "propriétaires", ce qui signifie qu'il y a peu de marge pour la personnalisation et les évolutions.

### ◆ Les coûts

Généralement, les éditeurs s'adressent à de nombreuses typologies de projets. Il est donc courant de payer pour des fonctionnalités que vous n'utiliserez jamais. Aussi, si vous souhaitez utiliser des templates, des intégrations ou des plugins externes, vous devrez faire appel à des consultants et développeurs et payer des frais supplémentaires.





# Comparaison des coûts

L'un des principaux critères de décision commerciale est le montant de l'investissement initial en capital, puis le coût de maintenance de la stratégie/solution. À titre comparatif, jetons un œil au coût de développement d'une solution sur-mesure et au coût d'achat d'une solution B2B provenant d'un éditeur pour un portail e-commerce B2B générant entre 10 et 25 millions de dollars (USD). Les chiffres sont abordés en dollars US car il s'agit d'un cas client américain. Mais tout ceci pourrait très bien s'appliquer de la même façon sur le marché européen, avec un découpage en termes de coûts sensiblement identique en euros.

## Comparaison de l'investissement de la première année pour le développement d'une solution e-commerce B2B sur-mesure par rapport à l'achat d'une solution d'éditeur pour un portail B2B générant entre 10 et 25 millions de dollars (USD).

Développement du projet	Salaires pour un employé (annuel)	Coût pour une plateforme e-commerce B2B
Design & développement front-end	\$82,000	-
Développement back-end	\$112,000	-
Gestion de projet	\$80,000	-
Test	\$106,000	-
Administration de la base de données et réseaux	\$96,000	-
Sous-total	\$476,000	300000\$ (coût d'implémentation et de paramétrage)
Licences	-	\$80,000
<b>Total (pour la première année d'investissement)</b>	<b>\$476,000</b>	<b>\$380,000</b>

\* Statistiques de salaires provenant de <https://www.bls.gov/oes/current/oex-nat.html#15-0000>

\*\* Basé sur les frais de licence et d'implémentation Oro Commerce pour des activités générant entre 10 et 25 millions de dollars USD.

En regardant le tableau ci-dessus, il est clair que même si votre équipe n'est composée que de 5 personnes, vous devrez investir beaucoup plus pendant la première année que si vous achetez et mettez en œuvre une solution e-commerce fournie par un éditeur.

Par ailleurs, pour être réaliste, une équipe de 5 personnes ne peut être en mesure de créer une solution e-commerce robuste en 12 mois. Dans les 12 mois, vous devrez probablement embaucher plus de développeurs, un ou deux consultants, un chef de projet et un spécialiste de l'infrastructure informatique. En fonction de vos besoins, vous devrez donc embaucher une équipe qui vous coûtera environ 530 000 \$ à l'année. Et même avec une telle équipe, il est très peu probable que votre projet soit livré dans les 12 mois. De plus, une fois que vous avez construit votre solution e-commerce, vous devez la maintenir. Il y aura forcément des problèmes de sécurité, de nouvelles fonctionnalités demandées par les clients, par les équipes commerciales ou marketing et des mises à jour logicielles qui devront être effectuées. Tout cela s'additionne chaque année.

**Comparaison des coûts de maintenance de la même solution e-commerce B2B personnalisée et d'une solution d'éditeur pour un portail B2B générant entre 10 et 25 millions de dollars (USD).**

Maintenance du projet	Salaire pour un employé (annuel)	Coût pour une plateforme e-commerce B2B
Design & développement front-end	\$82,000	-
Développement back-end	\$112,000	\$60,000***
Administration de la base de données et réseaux	\$96,000	\$10,000 ****
Licences	-	\$80,000
<b>Total (pour la première année d'investissement)</b>	<b>\$290,000</b>	<b>\$150,000</b>

\* Statistiques de salaires provenant de <https://www.bls.gov/oes/current/oex-nat.html#15-0000>

\*\* Basé sur les coûts de licence et d'implémentation OroCommerce pour des activités générant entre 10 et 25 millions de dollars USD.

\*\*\* Les coûts moyens de l'ajout de nouvelles intégrations, de la modification ou de l'extension des fonctionnalités existantes peuvent varier (de 0 à 100 000 \$/an) selon les besoins d'une entreprise particulière.

\*\*\*\* Coûts annuels moyens de l'offre OroCloud.



Par ailleurs, il y a d'autres coûts liés à la sécurité, à la documentation et aux entretiens récurrents nécessaires au maintien de la plateforme.

- ◆ **La sécurité** Il est difficile de gérer soi-même l'aspect sécurité d'une plateforme, surtout lorsque des systèmes complexes de e-commerce, de CMS et de paiement sont utilisés. Vous devrez consacrer des ressources pour vous assurer que tous les derniers correctifs et plugins respectent les directives de conformité.
- ◆ **Aucune garantie de fonctionnement** Une interruption de la plateforme peut paralyser toute votre activité. Vous devrez résoudre rapidement les problèmes avec une équipe d'assistance technique solide, une veille permanente et des processus de gestion de crise.
- ◆ **Documentation** Au fur et à mesure que vous développez votre solution, vous devrez en communiquer les rouages aux rédacteurs techniques et aux responsables de l'entreprise. Ils aideront les autres membres de l'équipe à se mettre à niveau et à comprendre le fonctionnement du système.

### **Une indépendance toute relative :**

Finalement, nombre d'entreprises font le choix d'un développement sur-mesure par leur propre équipe pour des raisons d'indépendance évoquées plus haut. Indépendance vis-à-vis de l'éditeur, indépendance vis-à-vis de ses choix de développement, indépendance vis-à-vis de sa politique tarifaire.

Mais construire sa propre plateforme est quelque part un mirage en termes d'indépendance. La documentation qu'il est indispensable de maintenir peut donner à l'entreprise, au prix de frais de transfert de compétence réguliers, un contrôle sur sa plateforme. Néanmoins, il est évident qu'une entreprise qui a développé sa propre plateforme avec une équipe d'une dizaine de personnes est très dépendante du savoir et des compétences de ce petit nombre de personnes, tout comme l'utilisateur de la solution éditeur est dépendant de ce même éditeur.

Tout est question d'échelle. L'éditeur assure la pérennité d'une plateforme, mais il sert des dizaines, des centaines ou parfois des milliers de clients. Il dispose le plus souvent d'une équipe beaucoup plus importante et même s'il connaît un turn-over important, il est en mesure d'assurer la pérennité de la solution dans ces conditions. L'entreprise qui elle a développé son propre outil, utilisé par elle seule, avec son équipe de 10 personnes, est totalement dépendante de sa propre équipe. Dans une période de concurrence exacerbée du marché de l'emploi, comme c'est le cas actuellement sur le secteur IT, c'est un risque considérable que peut prendre une entreprise, surtout si les moyens investis sont relativement réduits.

Par ailleurs, ces points restent superficiels. Le développement d'une solution e-commerce nécessite des efforts qui vont bien au-delà de la résolution des problèmes de sécurité immédiats, du renforcement de l'infrastructure dorsale et de la documentation de vos process.

Le traitement des données personnelles des clients est un autre sujet sensible. Vous devrez rester au fait des derniers développements en matière de technologie de paiement, de préférences, de gestion des risques et de prévention des fraudes.

Vous devrez gérer et garantir la conformité totale avec les assurances, les licences, les autorisations, les marques déposées, le droit maritime, la norme PCI DSS, les directives de protection des données, les exigences d'évaluation continue...

En cas d'urgence, comme une panne, un temps d'arrêt ou une violation, les dommages causés à la réputation de votre marque ne doivent pas être sous-estimés.

Compte tenu de ce qui précède, des coûts élevés et des risques importants liés à la mise en place d'une solution e-commerce sur-mesure, vous devez vous assurer que votre produit final offre un avantage concurrentiel considérable pour justifier de l'investissement. Sinon, vous risquez de ne pas rentabiliser votre investissement avant longtemps.



# Ne choisissez pas entre les deux options, combinez-les!

Un entrepreneur classique porte de nombreuses casquettes. Son objectif est de vendre un produit à des clients mais, pour développer son activité, il doit aussi trouver de nouvelles opportunités, se diversifier ou moderniser sa stratégie commerciale. Pour cela, il a besoin d'une solution e-commerce qui l'accompagne dans ses ambitions et qui ne le détourne pas de son activité principale.

**La meilleure plateforme e-commerce pour votre entreprise n'est pas forcément la plus populaire ou la moins chère. C'est celle qui vous permet d'atteindre les résultats et les objectifs que vous vous êtes fixés.**

Lorsque vous évaluez les options des éditeurs, vous devez étudier les fonctionnalités adaptées à votre entreprise et votre secteur d'activité. Trop d'entreprises commettent l'erreur de choisir un éditeur qui ne correspond pas parfaitement à leurs besoins et se retrouvent alors à investir dans la personnalisation avec des solutions de contournement et des modules complémentaires.

Évitez ce problème en choisissant une plateforme dont l'architecture et les capacités sont conçues pour le B2B. Vous obtiendrez ainsi la majorité des fonctionnalités (60 à 80 %) que vous auriez pu envisager créer de toutes pièces. Cette approche vous permet de vous concentrer sur vos besoins et de rechercher l'éditeur qui propose la solution la plus compatible.

Vous disposez ainsi de la marge nécessaire pour manœuvrer, affiner et personnaliser la solution au fur et à mesure que vos besoins évoluent. Construire une solution à partir de zéro épuise les ressources de l'entreprise alors que la solution d'un éditeur bien choisi répond en grande partie aux besoins complexes des relations B2B.



# La meilleure option : une solution B2B flexible et personnalisable

Si la création d'une plateforme semble trop difficile et que l'achat d'une solution standard ne vous offre pas la liberté et la flexibilité dont vous avez besoin, il existe une troisième option. Obtenez le meilleur des deux mondes en choisissant un éditeur qui offre des fonctionnalités e-commerce B2B de base et des fonctionnalités personnalisables étendues. Il vous offre ainsi tous les avantages et atténue les inconvénients.



## À chacun son expertise

À moins que vous ne travailliez dans le secteur des technologies, vous ne devriez pas vous lancer dans quelque chose d'aussi complexe que la création d'une plateforme e-commerce "from scratch". Vous devriez vous concentrer sur votre secteur d'activité et faire appel à un éditeur de solution. Un éditeur disposant des fonctionnalités de base du e-commerce B2B vous permettra de lancer votre site plus rapidement sans avoir à passer des mois et des mois à le développer et à le tester.



## Réduire les délais de commercialisation et les coûts

En plus d'une mise en œuvre plus rapide, trouver un éditeur de solution e-commerce doté des bonnes fonctionnalités et d'options personnalisables vous coûtera moins cher que le développement d'une solution sur-mesure. Les solutions open source sont particulièrement attrayantes, car non seulement elles peuvent être déployées facilement, mais elles sont aussi incroyablement personnalisables, avec une structure de développement solide et une culture d'amélioration constante.



## Réduire les coûts de maintenance

La mise en place d'une plateforme e-commerce représente un travail considérable. Toutes les fonctionnalités, aussi sophistiquées soient-elles, doivent être parfaitement opérationnelles. Pour y parvenir, il faut procéder à de nombreux tests et corriger les erreurs et les bugs. En sélectionnant une plateforme e-commerce stable, avec les bonnes fonctionnalités B2B, vous pouvez vous concentrer sur le développement de votre activité au lieu de vous occuper des correctifs et mises à jour.



## Optimiser la flexibilité de l'intégration

De nombreux éditeurs ne permettent pas d'intégrer d'autres solutions telles qu'un ERP, un PIM ou un CRM, à moins qu'elles ne fassent partie de leur propre marque. Et construire ces intégrations à partir de zéro prend beaucoup de temps. Cela implique une expertise en matière de développement et l'utilisation de passerelles d'intégration pour s'assurer que vos données circulent correctement. Recherchez un éditeur disposant d'une large bibliothèque d'intégrations et d'API robustes pour vous aider à améliorer le partage d'informations, à prendre de meilleures décisions et à stimuler vos ventes.

# Les étapes de votre solution personnalisée

La personnalisation d'une solution existante est une bonne alternative pour ceux qui souhaitent une solution adaptée. Une bonne alternative puisque vous n'avez pas à

développer votre propre plateforme, mais vous pouvez quand même disposer d'un contrôle et d'une flexibilité dans la création et la modification des fonctionnalités spécifiques à votre entreprise. Voici les étapes à suivre.

## Identifiez vos incontournables

Si vous trouvez une plateforme adéquate pour votre activité, ne gaspillez pas vos ressources à développer votre propre plateforme. La clé est de trouver le bon ensemble de fonctionnalités déjà intégrées dans la plateforme. De nombreuses entreprises B2B ont besoin d'un certain degré de fonctionnalités telles que :

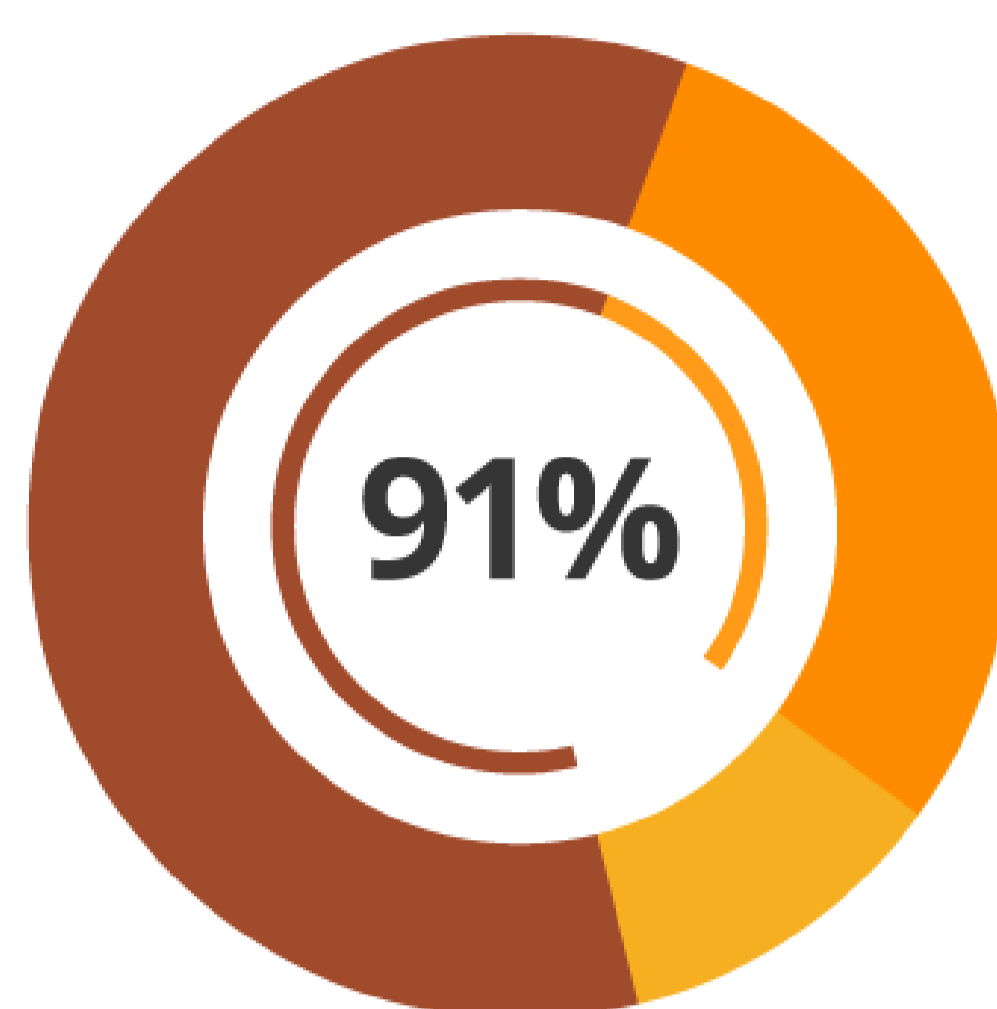
- ◆ La gestion des comptes d'entreprise B2B
- ◆ Les contrôles d'accès, rôles, permissions
- ◆ Les fonctionnalités multi-organismes, multi-sites et multilingues
- ◆ Les devises multiples et gestion des taxes
- ◆ Les prix et listes d'achats multiples
- ◆ Les catalogues multiples et personnalisés
- ◆ La prise en charge de plusieurs entrepôts
- ◆ Un système de gestion des contenus
- ◆ La gestion des commandes
- ◆ La fonction demande de devis
- ◆ La gestion des promotions
- ◆ La gestion des stocks
- ◆ La gestion des contrats
- ◆ Un moteur d'automatisation des e-mails
- ◆ Des rapports personnalisés et segmentés
- ◆ Des fonctions de sécurité
- ◆ Des API pour l'intégration de tout type de logiciel d'entreprise
- ◆ Des outils de gestion du référencement
- ◆ Une compatibilité avec les mobiles
- ◆ Une liste exhaustive d'API et d'intégrations
- ◆ Une sélection d'agences digitales



## Choisissez une plateforme open source

Lorsqu'ils sont associés à une solide communauté de designers et de développeurs, les produits open source ont tendance à accélérer le développement et la mise en œuvre des nouveautés. Les communautés favorisent l'échange d'informations et la collaboration, ce qui améliore continuellement le produit. En fait, la grande majorité des responsables informatiques estiment que l'open source est stratégiquement crucial pour le choix de la plateforme et pour l'entreprise :

**91% des dirigeants disent que l'open source est important pour leur entreprise**



**9%** Peu important  
**29%** Très Important  
**62%** Important

## Choisissez judicieusement vos partenaires

Lorsque le temps de la personnalisation sera venu, vous devrez déterminer comment transformer vos plans en réalité. Allez-vous sous-traiter les services à une agence de transformation digitale, engager des employés ou des indépendants ? C'est une question à prendre en considération.

L'un des avantages d'une agence de conseil en transformation digitale est la quasi garantie qu'elle a de l'expérience dans la mise en œuvre de solutions comme la vôtre. Les meilleures agences disposent généralement d'un vaste vivier de talents qui peut combler les lacunes de votre expertise interne. Aussi, l'essentiel est de choisir un partenaire qui a une connaissance préalable de votre secteur. Demandez à voir les références de l'agence et le périmètre de son accompagnement.

L'agence avec laquelle vous allez travailler ne doit pas se contenter d'être valable techniquement. Le rôle de l'agence aujourd'hui est de vous accompagner dans la construction stratégique de votre plateforme. Pour cela il est nécessaire de mettre en adéquation votre expertise métier avec l'expertise de l'équipe mise à disposition par l'agence. Cela va engendrer des ateliers, des réflexions communes pour faire les meilleurs choix, chaque acteur s'enrichissant du savoir de l'autre.

Fuyez des agences qui ont des solutions toutes trouvées après 30 minutes au téléphone. Construire un projet prend du temps et vous mobilisera assurément, mais vous obtiendrez en échange de précieux conseils et l'intervention d'une équipe professionnelle qui construira avec vous la solution idéale. Au final vous gagnerez beaucoup de temps !

## Conclusion

Les arguments en faveur de la construction ou de l'achat peuvent être très convaincants. Dans une étude récente commandée par Forrester, les entreprises qui ont déployé une technologie d'éditeurs ont bénéficié de plusieurs avantages par rapport à celles qui ont développé des solutions internes.

### Ces avantages allaient de :

Un temps de déploiement plus court de	<b>16.4%</b>	Des économies d'intégration de	<b>22.8%</b>
Des coûts de développement réduit de	<b>16.5%</b>	Des économies d'infrastructure de	<b>27.7%</b>

Les fonctions de relation client proposées par les fournisseurs, telles que la personnalisation, le responsive et le commerce omnicanal, ont apporté des avantages supplémentaires.

Si le partenariat avec un éditeur ou la création de votre propre solution vous semble être un compromis, ne vous contentez pas de cela. Une mauvaise décision d'achat ou de construction peut faire grimper les coûts en flèche, augmenter le temps de mise sur le marché et réduire vos chances de réussite.

La personnalisation d'une solution standard peut être la meilleure solution. Recherchez une plateforme compatible de 60 à 80 % en termes de fonctionnalités B2B de base et options de personnalisation incluses. Examinez une plateforme comme OroCommerce. C'est la solution idéale pour les entreprises B2B aux processus complexes, comme les fabricants, les distributeurs et les détaillants multicanaux.

Enfin, assurez-vous que la solution que vous avez choisie est soutenue par une communauté de développeurs, qu'elle possède un large choix d'intégrations et d'API puissantes pour faciliter la personnalisation. Réunissez tous ces éléments, et vous verrez que votre projet e-commerce vous fera économiser de l'argent, s'adaptera parfaitement à vos besoins et vous permettra d'atteindre vos objectifs de vente.



# À propos de OroCommerce

Si vous ne trouvez pas ce dont vous avez besoin, vous pouvez penser que l'approche "build-it yourself" est la seule option. Mais si vous ne possédez pas les ressources nécessaires pour créer une plateforme e-commerce "from scratch", vous êtes dans une impasse. Pour cela, OroCommerce est une excellente alternative à la création "from scratch" ou à l'adoption d'une solution standard. Elle est la solution idéale pour les entreprises B2B qui souhaitent disposer d'une plateforme fonctionnelle immédiatement tout en ayant la possibilité de la faire évoluer à l'avenir.

## Qu'est-ce qu'OroCommerce ?

OroCommerce est une plateforme e-commerce B2B destinée aux moyennes et grandes entreprises qui envisagent de mettre en place une solution e-commerce personnalisée.

Une orientation B2B signifie que ses fonctionnalités s'alignent parfaitement avec les fabricants, les distributeurs, les détaillants et les marques. OroCommerce est également mis à jour régulièrement, afin que nos clients restent au fait des changements spécifiques de leur secteur et des tendances en matière d'expérience client.

OroCommerce est explicitement conçu pour les cas d'utilisation complexes du commerce B2B tels que les comptes d'entreprise, les prix personnalisables, les listes d'achats multiples, etc. Les acteurs du e-commerce ont un contrôle total sur les flux de commandes des clients basés sur des attributs commerciaux tels que l'historique des commandes précédentes.

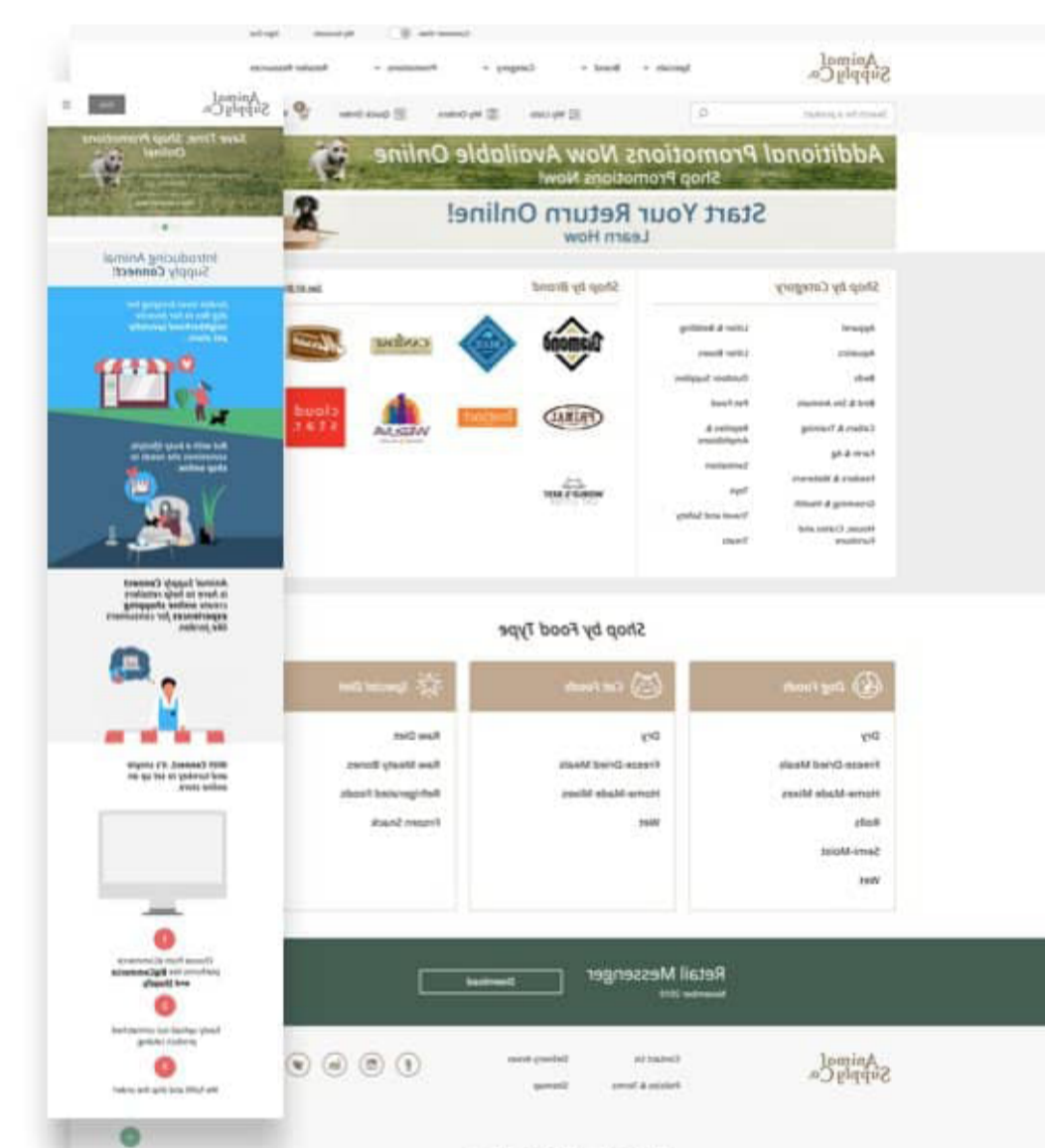
La solution OroCommerce fonctionne pour tous les types de scénarios, de modèles de vente et de structures organisationnelles parce qu'elle est flexible. La possibilité d'apporter des changements ou d'ajouter différents composants aide les entreprises à évoluer, à rester agiles et résilientes.



**Animal Supply** a été fondé en 1987 et reste un leader dans le domaine de la distribution et de l'approvisionnement en aliments pour animaux de compagnie. La société compte plus de 15 000 points de vente au détail parmi ses clients. Elle avait besoin d'une solution sophistiquée capable de répondre à une logique complexe et à des restrictions selon les détaillants.

### Résultat

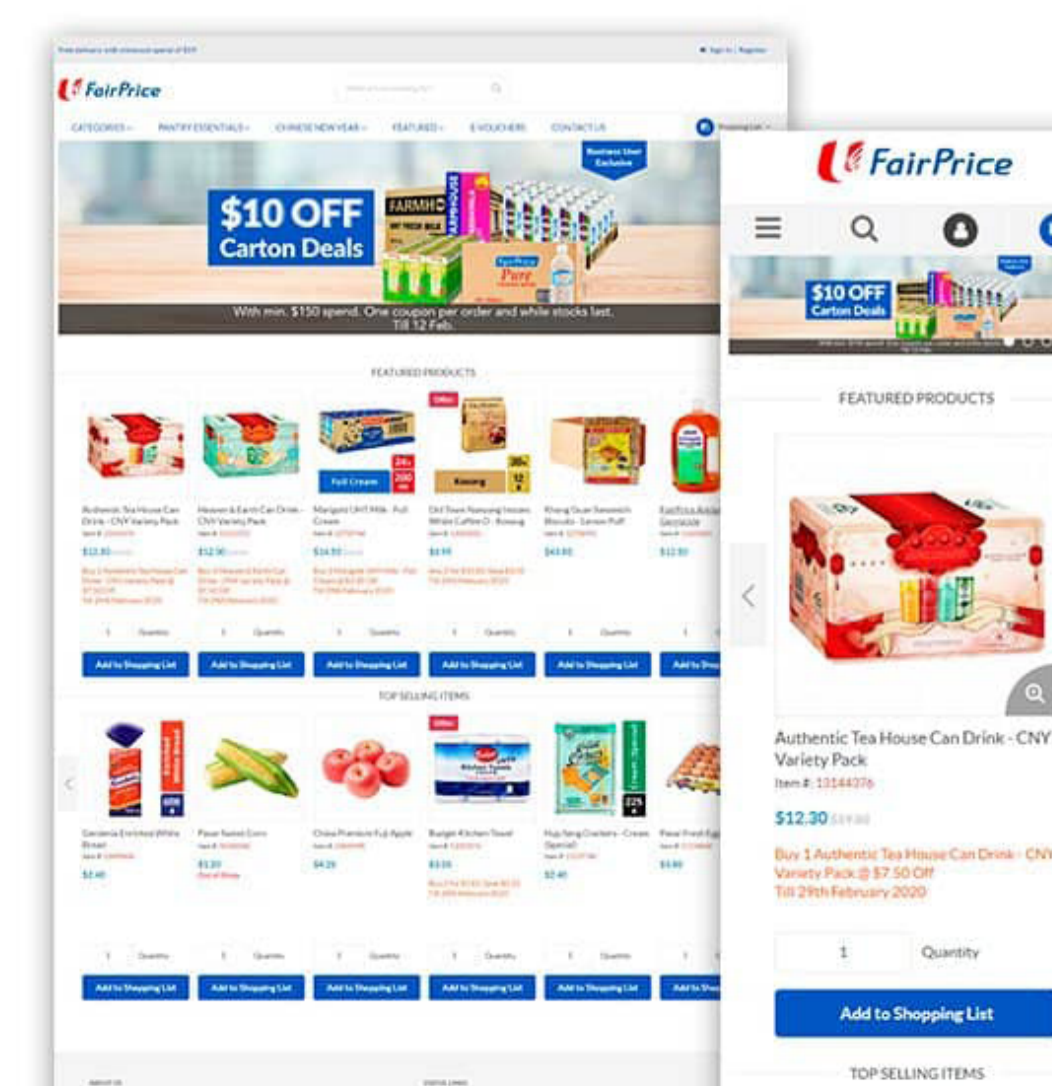
Animal Supply a implémenté OroCommerce comme une plateforme e-commerce headless pour se connecter à ses multiples WHM et ERP afin de donner aux entreprises clients plus de liberté dans la conception de leur expérience frontale. Leur système gère maintenant plus de 400 000 commandes par mois.



**FairPrice** est la chaîne de supermarchés la plus importante et la plus prospère de Singapour. Fatiguée d'employer des solutions B2C, elle avait besoin d'un système e-commerce B2B qui ne monopolise pas de ressources et qui puisse séduire ses clients professionnels.

### Résultat

FairPrice a choisi OroCommerce pour ses catalogues de produits personnalisables, ses capacités de segmentation de la clientèle, et pour ses flux d'achat puissants. Aujourd'hui, leur site gère plus de 15 000 utilisateurs B2B qui passent plus de 3 500 commandes par mois.





# Optimisez vos opérations B2B et développez vos canaux digitaux avec OroCommerce

Il existe de nombreuses plateformes e-commerce sur le marché aujourd'hui, mais une seule plateforme a été conçue en tenant compte des besoins du marché B2B. Il s'agit de OroCommerce. Avec OroCommerce, vous obtenez :



**Une solution open source pour être rapidement opérationnel.** Et ce, grâce à son architecture robuste, son puissant moteur de workflow et sa conception modulaire construits avec l'objectif d'un ROI rapide.



La liberté de se déployer dans **l'environnement OroCloud avec un monitoring avancé et un support 24/7/365**, depuis n'importe quel autre cloud public ou privé, avec n'importe quel hébergeur et depuis votre propre service informatique.



Un écosystème en pleine croissance rempli de **partenaires dynamiques et proactifs** et une assistance 24h/24 et 7j/7 avec l'édition Enterprise.



Une solution prête à l'emploi capable de gérer tous scénarios de e-commerce. Qu'il s'agisse de B2B, B2C, B2B2C ou de places de marché, vous pouvez opter pour une architecture traditionnelle ou headless. OroCommerce est opérationnel pour faire des affaires à votre façon.



Un support complet pour le marketing et les ventes grâce au module CRM standard (ou intégré), aux intégrations pour toutes les principales plateformes de marketing et plus encore.

**Vous vous sentez inspiré ? Contactez-nous pour découvrir par vous-même comment le choix d'une solution conçue pour le B2B peut augmenter les résultats de votre entreprise**

[Je prends contact](#)



## À propos de Synolia

Synolia est un groupe français spécialiste du conseil digital et de la mise en œuvre de plateformes e-commerce, CRM et business intelligence. Reconnu comme le premier pôle d'experts OroCommerce dans le monde, Synolia dispose d'agences dans toute la France (Lyon, Paris, Bordeaux, Rennes, Nantes) et à l'étranger (Santiago du Chili et Montréal) pour couvrir des projets d'envergure internationale.

De nombreuses entreprises font confiance à Synolia pour motoriser leur activité BtoB avec la richesse fonctionnelle d'OroCommerce : Trigano, Airvance (leader mondial du traitement de l'air pour le bâtiment), BME (Building Materials Europe) - groupe de plus de 3,7 Milliards d'euros de CA...

Et chaque année, elles sont de plus en plus nombreuses à solliciter Synolia et OroCommerce pour mettre en œuvre des projets BtoB performants et efficaces, tenant vraiment compte des besoins des équipes métier.

[Je prends contact](#)

Ce livre blanc est la propriété de la société Oro et Synolia et ne peut être reproduit  
ou transmis sans autorisation préalable.

**Septembre 2022.**

