



Communiqué de presse

Fidélisation de la clientèle et optimisation des processus d'affaires dans l'industrie automobile

Tyre24 : plateforme en ligne B2B libère le potentiel de vente

Kaiserslautern, 14.07.2020: Les possibilités des entreprises régionales d'attirer de nouveaux clients et d'ouvrir de nouveaux marchés sont limitées. À l'ère de la numérisation, l'ouverture de succursales et de filiales coûteuses est de plus en plus remplacée par des stratégies de vente online. Les technologies des marchés B2B en ligne, par exemple, rapprochent les fournisseurs ainsi que les clients et offrent des avantages importants aux deux parties. Celui qui choisit de tirer parti des nouvelles structures de marché devrait tenir compte de certaines choses. L'économie de la plateforme en ligne promet des chiffres de croissance fabuleux. Avec leur propre produit, obtenir des milliers de clients potentiels / nouveaux en France ou même en Europe d'un seul coup – c'est un saut que les entreprises hors ligne n'ont souvent pas encore le courage de faire. Tout d'abord, les secteurs commerciaux locaux classiques, tels que les fournisseurs d'accessoires et de pièces automobiles sont souvent caractérisés par des contacts / structures à long terme avec des fournisseurs réguliers à proximité, afin que les pièces nécessaires puissent être livrées rapidement en cas de besoin; parce que seuls quelques garages peuvent se permettre leur propre entrepôt bien approvisionné. C'est cet emplacement proche et une grande confiance dans le fournisseur qui déterminent le contact. Cependant, il ne faut pas s'attendre à une forte croissance de ces structures de vente. Au niveau régional, les clients sont déjà développés ; pourtant, des investissements importants comme un propre site Web avec une boutique en ligne professionnelle ou même l'ouverture d'une propre succursale sont très coûteux à administrer et à mettre en œuvre. « Ce qui est nécessaire, ce sont des alternatives raisonnables et à faible investissement par rapport aux implémentations de commerce électronique onéreuses et à l'expansion hors ligne. Pour les producteurs et les grossistes orientés vers B2B, il existe des plateformes B2B en ligne comme Tyre24 », explique Michael Saitow, PDG et fondateur de la société anonyme SAITOW, opérateur de la plateforme Tyre24. La plateforme Tyre24 a été créée en segments individuels; les pneus, les roues, les pièces détachées pour camions et les équipements reflétant le marché des pièces détachées automobiles avec plus de 10 millions d'articles. Les produits sont affichés, triés par pertinence. En combinaison avec le panier d'achat intelligent, les frais de port et les délais de

livraison sont calculés automatiquement en fonction des besoins du client. En tant qu'une plateforme B2B de premier plan pour le commerce de pièces, Tyre24 relie 2 000 vendeurs à 40 000 acheteurs potentiels dans neuf pays européens et sert d'intermédiaire commercial d'environ 1 milliard d'euros par an. Jusqu'à 100 000 commandes sont traitées quotidiennement via le portail. La vente a lieu entre le fournisseur et l'acheteur. Par conséquent, Tyre24 ne facture aucune marge. De plus, Tyre24 ne vend pas de marchandises par elle-même, ce qui signifie qu'elle n'est pas en concurrence avec les fournisseurs. L'achat via la plateforme Tyre24 est réservé uniquement aux clients professionnels enregistrés et dont la solvabilité a été vérifiée pour une somme modique mensuelle. De cette façon, la plateforme Tyre24 offre l'environnement parfait pour une mise en relation ciblée des fournisseurs et des clients de l'industrie automobile.

Collecte de précieuses informations sur les clients via une plateforme B2B

« Certains fournisseurs ont peur de transférer les ventes vers la plateforme en raison de leur impact sur les processus d'affaires. Cependant, ces craintes sont souvent infondées », explique Michael Saitow. Le client doit être au centre de l'attention tant dans les magasins en ligne que ceux hors ligne. « Il est important de bien connaître le client et de s'intégrer dans son univers d'expérience. » Travailler sur et avec la plateforme B2B Tyre24 s'améliorera lorsque de précieuses données client pourront être collectées et utilisées de manière plus ciblée », explique Saitow. De plus, les fournisseurs B2B reçoivent, grâce à l'utilisation de la plateforme, un aperçu des habitudes d'achat de leurs clients : « De quelle marque achète-t-il des produits ? », « À quelle fréquence les achète-t-il ? », « À quoi ressemble un panier d'achat classique ? » – les réponses à ces questions liées aux ventes facilitent non seulement la propre planification des ventes, mais également des modèles prédictifs pour le comportement futur des clients. La connaissance des préférences des produits permet de proposer des offres adaptées au client.