

Quand le digital fait évoluer les relations commerciales

La civilisation humaine s'est largement développée autour du commerce. Dans les premiers temps, le commerce a commencé comme un système de troc puis la monnaie s'est développée rendant les transactions plus faciles. Beaucoup de compétences, de technologies et d'innovations développées au fil du temps ont été conduites par le commerce.

Dans le monde d'aujourd'hui, le commerce joue un rôle central dans l'élaboration des agendas politiques nationaux et internationaux et des stratégies commerciales mondiales. C'est aussi le moteur du développement de produits, de modèles commerciaux... Le commerce entre les entreprises et les consommateurs (B2C) continue de créer de nouveaux usages notamment grâce au développement de la révolution numérique. Le commerce B2B d'autre part est lui aussi en train d'évoluer. Il est clair que nous sommes sur le chemin de l'ère du commerce connecté.

Commerce B2B connecté

Jusqu'à assez récemment, la plupart des acheteurs B2B ayant effectué des transactions s'appuyaient sur des catalogues imprimés pour prendre des décisions d'achat, et des télétravailleurs les contactaient pour leur vendre des produits et services. Beaucoup pourraient encore fonctionner de cette façon ; cependant, le commerce électronique a considérablement perturbé la relation entre les partenaires commerciaux. L'expérience d'achat de l'entreprise s'inspire des expériences des consommateurs. Les acheteurs B2B font presque entièrement leurs recherches et prennent des décisions en fonction de ce qu'ils trouvent en ligne. Fournir à ces acheteurs l'accès à un contenu de produits large et approfondi avec une expérience de commerce électronique moderne sera la façon dont les entreprises B2B se différencieront.

Avec la modification des systèmes « e-procurement », les usages du B2C se propagent dans le monde du B2B. Les entreprises adoptent alors des tactiques de commerce électronique propres au B2C. Mais pour faciliter cette nouvelle étape, les acheteurs et les fournisseurs doivent d'abord être connectés numériquement. D'autres aspects du commerce numérique qui évoluent rapidement sont les documents transactionnels et les processus. À l'heure actuelle, plus de cinquante initiatives gouvernementales poussent l'adoption de transactions numériques. Les entreprises du monde entier continuent d'automatiser les processus, la collaboration et l'échange d'informations entre elles et leurs chaînes d'approvisionnement. Les paiements B2B globalement ont migré à un rythme rapide vers l'électronique.

La révolution B2B est en cours. Bien qu'il y ait beaucoup à apprendre du marché B2C, toutes les pièces sont là, elles doivent juste être mises en place pour correspondre aux attentes du marché B2B. À mesure que les industries et les entreprises évoluent avec les technologies numériques, l'approche traditionnelle du commerce s'estompe. Nous entrons de plain-pied dans une nouvelle ère qui transforme la façon dont les entreprises achètent, vendent et collaborent les unes avec les autres et il est clair que ceux qui utilisent des écosystèmes connectés numériquement gagneront en performance et compétitivité.

Bruno Laborie, EMEA Alliance Director de TRADESHIFT

This announcement is distributed by NASDAQ OMX Corporate Solutions on behalf of NASDAQ OMX Corporate Solutions clients.

The issuer of this announcement warrants that they are solely responsible for the content, accuracy and originality of the information contained therein.

Source: Tradeshift SAS via GlobeNewswire

HUG#2105251