

Communiqué de presse



Les modèles d'achat B2B et B2C fusionnent : selon une étude Avanade, l'heure est au Business-to-Everyone (B2E)

MERELBEKE – Le 27 mars 2014

Avanade, premier intégrateur mondial des technologies Microsoft en entreprise, dévoile les résultats d'une enquête internationale portant sur l'évolution des processus de vente et des modèles d'achat des décideurs côté métier et côté informatique.

Les résultats de cette nouvelle étude montrent qu'avec la consommation de l'IT, les vendeurs ne maîtrisent plus les processus de vente B2B car les entreprises commencent à imiter les comportements d'achat grand public.

Compte tenu de cette évolution, les décideurs accordent aujourd'hui plus d'importance à l'expérience client qu'au prix. En effet, les entreprises belges sont prêtes à payer jusqu'à 27 % de plus pour un produit ou un service qui permet de mieux satisfaire le client (contre 30 % au niveau mondial).

Pour faire face à cette évolution, les entreprises confient la gestion de l'expérience client à de nouveaux employés et départements. Aujourd'hui, les départements IT, les centres de service client et d'appels, ainsi que la production et la distribution jouent un rôle plus important dans l'expérience client qu'auparavant.

55 % des personnes interrogées en Belgique (contre 70 % au niveau mondial) pensent que la technologie remplacera principalement les interactions humaines avec les clients au cours des 10 prochaines années.

Plus de 55% des entreprises belges interrogées (plus de 80 % à l'international) ont modifié au moins un de leurs processus métier au cours des trois dernières années pour mieux interagir avec les clients.

Chiffres clés

- En Belgique, 55 % des personnes interrogées pensent que la **technologie remplacera la plupart des interactions humaines avec les clients** dans les 10 prochaines années ;
- Plus de 80 % des entreprises belges interrogées ont **modifié au moins un de leurs processus métier au cours des trois dernières années** pour mieux interagir avec les clients (plus de 80 % au niveau global) ;
- Les entreprises belges qui ont adopté cette approche **renforcent la fidélisation client (60 %)**, augmentent leurs revenus (53 %) et leur base clients (33 %).

« Les entreprises ne maîtrisent plus le processus de vente. Les modèles d'achat B2B et B2C fusionnent faisant émerger un modèle B2E (Business-to-Everyone) », déclare Marc Sorée, Country Manager Avanade Belgique et Luxembourg.

« La valeur de la relation client n'est plus définie par une série de transactions mais par l'expérience complète qu'offre un vendeur à un acheteur, au moment de l'achat et pendant toute la période où ce dernier est en contact avec le produit ou le service. Les entreprises qui comprennent la complexité de la relation client d'aujourd'hui créent des relations à plus long terme et plus lucratives avec les clients », ajoute-t-il.

Cette nouvelle enquête fait suite à l'étude Work Redesigned réalisée par Avanade début 2013. Les entreprises innovantes transforment leurs processus métier pour s'adapter aux nouvelles méthodes de travail influencées par les outils mobiles, de collaboration et sociaux.

Avanade constate que les entreprises belges adaptent leurs processus au nouvel acheteur professionnel en augmentant leurs investissements dans les technologies dédiées à la vente et au support technique (40 %), le nombre d'employés qui interagissent avec les clients (20 %) et en automatisant davantage le processus de vente (27 %).

Afin d'améliorer l'expérience des clients, 85 % des entreprises belges ont le souhait d'investir dans les technologies au cours des douze prochains mois. Les décideurs et leaders IT y voient des avantages non négligeables. En effet, investir dans les technologies pour améliorer le service client et modifier les rôles internes a des répercussions positives sur les entreprises qui l'ont adoptée. Les entreprises belges qui adoptent cette approche augmentent leur chiffre d'affaires (60 %), fidélisent mieux les clients (53 %) et développent leur clientèle (33 %).

« Les entreprises ne maîtrisent plus le processus de vente. Les modèles d'achat B2B et B2C fusionnent pour faire émerger un modèle B2E (Business-to-Everyone) »

Marc Sorée
Country Manager, Belgique & Luxembourg

A propos de l'étude

L'étude d'Avanade a été réalisée par Wakefield Research en octobre 2013 auprès de 1 000 cadres dirigeants, chefs de service et décideurs informatiques dans les grandes entreprises des pays suivants : Etats-Unis, Australie, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Italie, Malaisie, Pays-Bas, Norvège, Singapour, Afrique du Sud, Espagne, Suède, Suisse et Royaume-Uni.

A propos d'Avanade

Avanade fournit des solutions technologiques d'entreprise et des services gérés qui combinent vision, innovation et expertise en matière de technologies Microsoft pour aider les entreprises à atteindre leurs objectifs. Avanade a collaboré avec des milliers d'entreprises dans tous les secteurs d'activité afin d'améliorer leur agilité et la productivité de leur employés, et à fidéliser leurs clients. Avanade combine l'expertise métier, technique et industrielle de son réseau mondial d'experts avec un modèle de prestation industrialisé rigoureux pour proposer des solutions de qualité, reposant sur des technologies reconnues ou nouvelles, avec des modèles de déploiement flexible sur site, hébergé ou externalisé. Avanade a été créée en 2000 par Accenture LLP et Microsoft. Accenture est l'actionnaire majoritaire d'Avanade. Avanade emploie environ 18 000 professionnels dans plus de 20 pays. Pour en savoir plus, visitez le site Internet www.avanade.com. Suivre Avanade sur Twitter : @AvanadeBelgium.

Contact presse :
Edelman pour Avanade