

Améliorer l'information des clients et des distributeurs

Ce fabricant d'articles de sport et de montagne emploie 200 personnes et exporte 80% de ses produits dans pratiquement tous les pays du monde. Plus l'entreprise est présente à l'international, plus elle se trouve éloignée de ses distributeurs et de ses clients. Le Web peut devenir un outil puissant pour optimiser les relations de l'entreprise avec ces deux acteurs majeurs.

Ayant la chance d'être présente directement aux Etats-Unis, l'entreprise a pu se rendre compte de la rapidité du développement du commerce électronique et les enjeux que celui-ci crée : un concurrent américain vend directement sur le Web. Concurrence horizontale, concurrence verticale, maîtrise du marché, amélioration des relations commerciales avec les distributeurs et les clients finaux, l'entreprise voit se profiler très clairement les domaines où le commerce électronique aura un rôle important.

Avec un catalogue de 400 références et plus de 30 pays destinataires, les communications papiers devenaient trop difficiles à gérer, il convenait donc de trouver une solution plus souple et plus efficace pour garder, voire améliorer son niveau de communication aux clients.

Historiquement, c'est donc la filiale américaine qui a poussé vers le développement du courrier électronique. La concurrence et la technicité des produits ont conduit ensuite à mettre le catalogue sur le Web. Le prochain pas a été la création d'un Extranet destiné aux distributeurs export. Son objectif premier étant de fournir de l'information et des supports commerciaux et promotionnels aux distributeurs

En parallèle à l'utilisation d'Internet, l'entreprise développe d'autres applications TIC. Compte tenu du fort besoin de formation des utilisateurs finaux sur certains produits, un CD-ROM d'auto formation destiné aux clients finaux a été développé.