

LIVRE BLANC

Intershop Cloud Commerce & Microsoft Dynamics 365

La gestion globale du cycle de vie client en faveur de la croissance, de l'efficacité et de la fidélisation des clients





Sommaire

Executive Summary.....	4
Chapitre 1	
Le client au cœur de la digitalisation.....	6
Chapitre 2	
La suite Intershop Commerce – plus qu’un simple canal de distribution.....	9
Chapitre 3	
Dynamics 365 – la solution pour une parfaite gestion de la relation client	16
Chapitre 4	
Intershop Cloud Commerce & Dynamics 365 – les avantages de la digitalisation globale de vos départements responsables du développement du marché	26
Chapitre 5	
L’interface technologique.....	30
Chapitre 6	
Aperçu de votre plus-value.....	32

Executive Summary

Avec la digitalisation, le rapport de puissance entre les entreprises et les clients a profondément changé. Sur un marché mondial mature, les produits et prestations proposées se ressemblent de plus en plus. En outre, les clients ont un accès toujours plus facile à une quantité croissante d'informations. Ils sont ainsi aptes à s'orienter de manière autonome, à comparer, pour finalement prendre les décisions adéquates pour eux. Tout cela se produit avant même que vous, entreprise, n'ayez la chance d'aborder vos clients potentiels.

Dans les conditions décrites, l'établissement et l'entretien des relations clients deviennent un facteur de différenciation décisif par rapport aux concurrents.

À l'ère de la digitalisation, où une grande partie des transactions commerciales est réalisée en ligne et où les clients en ligne s'attendent à des expériences de service et d'achat créatives, aussi bien dans le secteur B2C que B2B, il est désormais indispensable de disposer d'une gestion efficace et innovante du cycle de vie client. La combinaison de la suite Commerce Intershop et de Microsoft Dynamics 365 est idéale pour la mise en œuvre de ce concept.

La gestion du cycle de vie client **se consacre à** la relation commerciale entre consommateur et entreprise. Le cycle de vie client commence au premier contact avec le client et se termine à la fin de la relation commerciale.

Afin de répondre aux demandes, souhaits et besoins des clients à chaque phase du cycle, les entreprises modernes doivent être en mesure de collecter des informations consistantes et pertinentes à leur propos et de les traiter de manière intelligente et profitable. Ici, la clé est avant tout d'établir une communication personnelle et proactive avec le client en lui fournissant des contenus pertinents, intéressants, voire même enthousiasmants.

En vous adressant à vos clients de manière appropriée et en leur fournissant des informations sur mesure, vous créez un intérêt durable pour vos produits et services. Ainsi, vous maximisez durablement votre chiffre d'affaires.



Grâce à la parfaite intégration de la solution d'e-commerce d'Intershop avec Microsoft Dynamics 365, les deux applications déploient l'intégralité de leur potentiel. Il en résulte une symbiose qui redéfinit la productivité, soutient votre croissance et ouvre des dimensions de performance inédites.

Optimisez vos ventes digitales et offrez à vos clients des processus d'achat et de service uniformes à chaque point de contact. Profitez d'une intégration rapide de notre solution e-commerce, intégrant toutes ses fonctionnalités, dans vos processus métiers.

Ce livre blanc traite du sujet « Intershop Cloud Commerce pour Microsoft Dynamics 365 » dans un contexte élargi. Ici, vous apprendrez :

- ▶ pourquoi le pouvoir cumulé du marketing, de la distribution, du e-commerce et des services constitue un facteur clé de succès,
- ▶ comment vous pouvez organiser votre entreprise de manière pérenne et rentable en utilisant Intershop Cloud Commerce et Microsoft Dynamics 365,
- ▶ quels effets positifs de synergie sont induits par l'utilisation combinée de ces technologies clés,
- ▶ quelles interfaces en sont responsables.



Le client au cœur de la digitalisation

La dictature du client

À l'heure actuelle, on parle beaucoup des défis imposés par le monde digital et du fait qu'il devient toujours plus difficile de s'imposer aux yeux du client par rapport aux concurrents pour vendre ses propres produits.

Internet a transformé les connaissances en bien ubiquitaire, même dans le contexte commercial. L'intéressé, votre client potentiel, est des plus connectés et informés. Recherches, comparaisons ou recommandations : tout est à portée de clic. Il vous connaît. Il connaît votre offre. Et il connaît vos concurrents. Cela fait de lui un client connecté surpuissant qui, conscient de son statut, arrive avec des attentes claires, sans aucune disposition au compromis. Son impératif rationnel est le suivant :

« Je veux tout, tout de suite, partout et tout le temps ! Et ce de manière respectueuse, personnalisée et au prix le plus bas possible ! »

Non seulement cette exigence globale modifie durablement le secteur de la vente aux particuliers, mais aussi et surtout celui de la vente aux professionnels. Ici, les entreprises ne font pas uniquement face à des consommateurs individuels, elles doivent aussi pouvoir réagir de manière flexible et orientée sur les intérêts, parfois divergents, au sein d'organes d'achat complexes afin de placer avec succès des produits et prestations. Le contrôle des coûts et l'augmentation de l'efficacité ne sont plus les seuls points de mire : vient désormais s'y ajouter la capacité à exaucer immédiatement les souhaits des clients.





Vision et stratégie de survie

Dans le sens de la théorie de l'évolution de Darwin, « la survie du plus fort » signifie la survie des individus les plus adaptés à leur environnement. La même chose s'applique aux entreprises à l'ère de la quatrième révolution industrielle. **La commercialisation transversale continue et sans heurt de produits et de prestations constitue non seulement un défi central**, mais aussi une opportunité extraordinaire. C'est là que se situe l'essence de la transformation digitale depuis la perspective entrepreneuriale. Une vision digitale et un positionnement stratégique sont des objectifs à long terme d'une organisation. Une politique digitale fructueuse nécessite donc une approche globale à partir du moment où les investissements doivent générer du rendement.

Cependant, les investissements en capitaux revêtent une dimension supplémentaire dans le contexte digital : la digitalisation transforme non seulement la façon dont les entreprises développent leurs produits et services ou organisent leurs opérations internes mais aussi la manière avec laquelle elles abordent le marché et entrent en contact avec les clients et partenaires. Afin d'obtenir des résultats optimaux avec les investissements digitaux, les moteurs et pilotes du changement au sein de l'entreprise doivent apprendre à percevoir et juger de tels investissements aux yeux du client. Ici, la direction a pour tâche de modifier l'orientation stratégique de l'entreprise de sorte que la perspective de celle-ci se dirige de l'extérieur vers l'intérieur – et donc sur les résultats que vos clients souhaitent.

Faire ce qu'il faut

Planifiez vos investissements digitaux en gardant à l'esprit qu'ils doivent s'adresser aux attentes changeantes des clients. Afin de répondre, voire même de dépasser ces attentes mouvantes, les CIO et CTO doivent veiller aux points suivants :

Soyez au fait des technologies digitales qui émergent actuellement et de leur impact potentiel sur les clients. Déterminez quelles sont les nouvelles technologies qui peuvent dès aujourd'hui vous apporter des avantages concrets et quelles sont celles qu'il vaut mieux laisser mûrir.

Ne collectez pas de données inutiles. Dans le contexte digital, les données jouent un rôle décisif. Mais posséder des masses de données collectées ne rend pas votre entreprise « **D**igitalement plus mûre ». Commencez par déterminer quelles données sont importantes pour vos relations clients puis tournez-vous vers l'intelligence artificielle et les procédés analytiques qui vous livrent des résultats.

Évaluez l'effet des investissements dans la digitalisation sur la satisfaction des clients. Il est difficile de maîtriser la transformation digitale si les critères de réussite appliqués n'orientent pas toute l'entreprise sur la satisfaction des clients.

Réinvestissez vos économies dans le digital.

Garantissez une innovation technologique permanente en investissant de manière organique dans les nouvelles technologies les économies réalisées grâce à l'augmentation de la productivité.

Pour les entreprises, la transformation digitale n'induit pas seulement l'adaptation de processus à une nouvelle réalité digitale. Les services digitaux et les données ainsi générées vous ouvrent aussi des potentiels de chiffre d'affaires entièrement nouveaux. Ainsi, les fabricants classiques se transforment de plus en plus en fournisseurs de services.



CHAPITRE 2

La suite Intershop Commerce – plus qu'un simple canal de distribution

La suite Intershop Commerce est la solution complète pour le commerce digital. Elle offre un package complet de Commerce Management, Order Management (OMS), Product Information Management (PIM) et Experience Management (EX) pour une expérience d'achat personnalisée. Avec la suite Commerce, vous êtes en mesure d'appliquer individuellement des concepts de distribution digitale pour différents modèles commerciaux (B2C, B2B, B2B2X), circuits de distribution et points de contact. Elle s'adapte de manière flexible à vos modèles commerciaux et de distribution individuels ou à vos structures d'organisation internationales. Avec le concept Multistore d'Intershop, vous pouvez répondre aux besoins de différents marchés et groupes de clients à la fois et de créer facilement des portefeuilles produits distincts, différents groupes cibles ou différentes stratégies pour l'internationalisation et la localisation.

La suite Intershop Commerce vous permet de mettre en scène avec succès vos marques en ligne, d'obtenir de nouveaux groupes de clients, canaux de distribution et marchés au niveau national ou international ou de digitaliser entièrement vos processus de distribution.

Les analystes renommés Forrester et Gartner le confirment depuis des années : la suite Intershop Commerce est l'une des meilleures solutions de commerce digital pour les entreprises B2B et B2C. Elle est même leader au niveau mondial.

Laissez-vous convaincre par ses diverses fonctionnalités :

Commerce Management

- ▶ Des fonctionnalités commerciales centrales et des fonctions de panier et de commande modernes simplifient le processus d'achat au niveau de tous les points de contact.
- ▶ Des options de prix et de remises variées : faites une offre adéquate à vos clients à tout moment.
- ▶ Gestion des promotions et des campagnes pour des incitations à l'achat personnalisées à chaque point de contact.

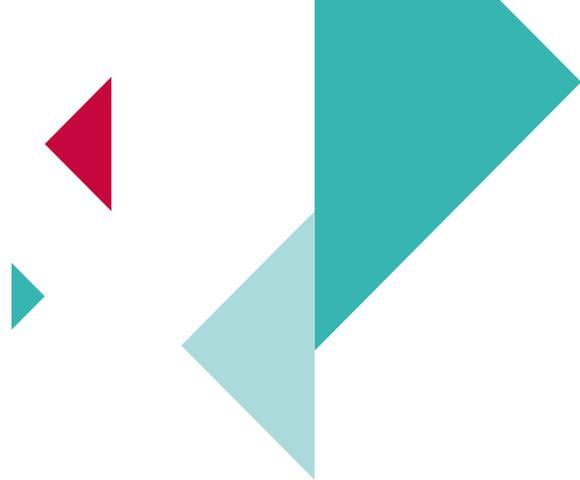
Experience Management

- ▶ Des offres sur mesure et des contenus personnalisés pour vos clients – à chaque point de contact.
- ▶ De nouveaux univers de shopping, créés par vos soins – de manière simple et intuitive grâce à Design View (éditeur WYSIWYG).
- ▶ Grâce à des modèles complets, vous pouvez créer rapidement des contenus personnalisés ou des campagnes de publicité efficaces.
- ▶ Les tests A/B intégrés vous montrent quels agencements de page, quels contenus, quelles promotions ou quels prix sont vraiment adaptés à vos clients.

Product Information Management

- ▶ Spécialement développé pour les exigences du commerce digital – des expériences d'achat fluides grâce à des données produits uniformes au niveau de tous les points de contact.
- ▶ Commandez et gérez vos catalogues et données produits pour tous vos canaux de distribution digitaux depuis un site central.
- ▶ Optimisez vos processus de contenus et la qualité de vos données produits grâce aux workflows d'autorisation et aux règles de validation d'Intershop.
- ▶ Entretenez et gérez les informations produits structurées et non structurées pour une bonne présentation de vos produits.





Gestion omnicanale des commandes

- ▶ Rassemblez les sites de stockage, les magasins, les centres de service, les fournisseurs, les canaux de distribution et les systèmes de backoffice ou partenaires pour former une solution de commerce omnicanal aussi efficace que flexible.
- ▶ Répondez à la demande de vos clients dans chaque canal et utilisez vos stocks comme une ressource commune.
- ▶ Orchestrez des processus de commande omnicanaux et laissez vos clients décider de comment, quand et où ils recevront les marchandises commandées.

Fonctions étendues pour votre commerce B2B

- ▶ Vos clients professionnels peuvent gérer leur propre profil sur votre plateforme d'e-commerce et contrôler de manière individuelle leurs budgets, leurs postes de frais ou leurs directives d'autorisation pour leur propre entreprise ou les différents départements ainsi qu'intégrer le catalogue produits de leur entreprise via OCI.
- ▶ Donnez à vos partenaires commerciaux la possibilité, même en ligne, de demander et de négocier des prix individuels ou des conditions spéciales.
- ▶ Personnalisez l'expérience d'achat de vos clients professionnels grâce aux contenus personnalisés, aux recommandations de produits, aux listes de prix, aux conditions spéciales, aux contrats cadres ou aux remises.
- ▶ Offrez à vos clients un compte central avec des informations sur l'utilisateur, le compte et le contrat, les détails des commandes en cours et passées, les offres approuvées, les factures, la gestion du budget et plus encore.
- ▶ Des centaines de milliers de produits, des commandes avec des centaines de lignes et des milliers de listes de prix : la suite Intershop Commerce offre les performances dont vous avez besoin.

Gestion du e-commerce – Voici comment profiter du Commerce-as-a-Service avec Intershop

Des marchés où tout va très vite, un manque de savoir-faire interne, des ressources restreintes et une forte pression de la concurrence : tout cela transforme l'exploitation efficace et la gestion rentable du e-commerce en un défi majeur. De la commercialisation digitale à l'exécution et au service à la clientèle en passant par la gestion de la boutique, ceux qui négligent ou ne prennent pas suffisamment au sérieux ne seraient-ce qu'une seule de ces dimensions perdent du chiffre d'affaires, engendrent des clients insatisfaits et tuent leur croissance digitale dans l'œuf.

Afin d'éviter cela et de maîtriser cette tâche complexe, Intershop se tient à vos côtés en qualité de partenaire fiable et compétent avec plus de 25 ans d'expérience. Si les ressources, capacités ou compétences disponibles dans votre entreprise sont limitées, vous pouvez compter sur nous.

À qui profite l'externalisation complète du e-commerce ?

▶ **Vous débutez pour la première fois un projet d'e-commerce.**

Alors que le e-commerce fait depuis longtemps partie des exigences a minima pour le commerce de détail, de nombreux secteurs ont encore du mal à suivre cette évolution. Si les grands fabricants de biens de consommation et d'articles de marques poursuivent depuis des années des stratégies e-commerce, de nombreuses entreprises moyennes commencent à peine à s'y intéresser dans ces secteurs. Ces entreprises se retrouvent face à un défi de taille : développer à partir de rien une organisation e-commerce, y compris l'expertise technologique et opérationnelle qui est nécessaire pour exploiter avec succès un commerce en ligne.

▶ **Il vous manque les ressources internes.** Vous pouvez compter sur Intershop lorsqu'il vous manque l'expertise, les technologies ou les ressources nécessaires pour mettre en place un projet e-commerce de manière efficace. Par exemple, les entreprises doivent pouvoir gérer les pics de trafic sur leurs sites Internet lorsque la demande augmente fortement à certaines saisons. Si vous ne disposez pas des capacités suffisantes en interne, nous garantissons la modularité nécessaire.

▶ **Vous voulez vous ouvrir à d'autres marchés ou introduire de nouvelles marques ou gammes de produits.** Les plans agressifs pour la croissance commerciale entraînent des objectifs de chiffres et de délais inatteignables pour les mises sur le marché si les ressources sont limitées. Intershop dispose d'un réseau dense de solutions éprouvées et déjà opérationnelles, de partenaires et de spécialistes de l'exécution que vous pouvez exploiter. Cela vous permet de réaliser une entrée fructueuse sur le marché plus rapidement que si vous l'aviez fait seul.

▶ **Vous avez des difficultés avec certains aspects de la mise en place du e-commerce.** Même si vous exploitez un e-commerce entièrement fonctionnel en interne, il existe des situations dans lesquelles vous profiteriez de l'aide de fournisseurs externes de Full-Service-E-Commerce. Par exemple, Intershop vous aide à introduire et établir des marques sur de nouveaux marchés internationaux ou à gérer certaines gammes de produits.

▶ **Architecture de service non uniforme.** Certaines entreprises confient au fil des ans divers secteurs de leur e-commerce à différents partenaires commerciaux et fournisseurs de solutions. Mais souvent, après quelques temps, elles se rendent compte qu'elles se battent avec des architectures de logiciels incompatibles ou des applications commerciales totalement divergentes et doivent gérer simultanément divers partenariats. Tout cela leur coûte du temps qu'elles pourraient investir de façon rentable. Avec Intershop, vous disposez d'un interlocuteur central pour toutes les demandes et qui vous accompagne avec ses partenaires.



Avantages stratégiques et opérationnels grâce à Commerce-as-a-Service

Commerce-as-a-Service est rentable pour toutes les entreprises qui souhaitent **avoir du succès en e-commerce rapidement**, de manière agile et avec peu de risques, sans impliquer leurs propres ressources – ou qui souhaitent réorienter de manière professionnelle et solide leur structure de e-commerce existante et la délocaliser de façon conséquente.

- ▶ **Gestion des risques :** minimisez les dépenses initiales et les frais long terme **inhérents** dus aux expansions, qui sont liés à un potentiel de risque conséquent.
- ▶ **Un focus amélioré :** Si vous nous confiez les activités e-commerce centrales, votre direction peut se concentrer sur l'avancement de la stratégie de digitalisation à l'échelle de l'entreprise.
- ▶ **Une qualité plus élevée :** misez sur notre équipe expérimentée qui optimise constamment des expériences d'achat digitales tout en visant la tête du marché. Ne vous limitez pas au développement de l'expertise existante dans votre entreprise, mais profitez de professionnels spécialisés qui détectent les réelles opportunités dans l'environnement digital et gardent toujours en vue la plus grande satisfaction des clients possible et les taux de conversion maximum.
- ▶ **Gestion stratégique des finances :** diminuez vos investissements et atteignez vos objectifs digitaux avec des frais généraux et annexes nettement moindres.
- ▶ **Une innovation constante :** tirez parti des meilleures technologies, expertises et bonnes pratiques du marché qui vous seraient normalement inaccessibles par manque de ressources.

Clients de notre solution de Commerce-as-a-Service :



- ▶ **Vitesse, modularité et flexibilité compétitives :** accélérez vos cycles d'entrée sur le marché en augmentant l'efficacité des processus et en utilisant un modèle de ressources qu'il serait presque impossible d'élaborer de zéro.
- ▶ **Une efficacité plus élevée :** libérez vos collaborateurs des tâches de maintenance et de gestion e-commerce pour qu'ils puissent se concentrer sur les améliorations des produits et des services que vos clients attendent de vous.
- ▶ **Optimisation de la distribution :** soulagez votre distribution dans les segments qui ne sont pas rentables via la commercialisation physique classique.
- ▶ **Sécurité des données et procédures légales :** Intershop agit de manière légale aussi bien dans le sens de la protection des données que dans celui de l'environnement cloud. Avec le cloud Microsoft Azure, nous pouvons garantir des standards de sécurité optimaux dans le monde entier.
- ▶ **Intégration opérationnelle en cas de fusions et d'acquisitions :** la consolidation, le rattachement ou l'intégration d'architectures e-commerce hétérogènes peuvent être mis en place de manière à préserver les ressources et sans arrêts prolongés grâce à la modularité simple permise par Intershop.

Dynamics 365 – la solution pour une parfaite gestion de la relation client

À l'ère de l'industrie 4.0, les données sont devenues depuis longtemps une clé indispensable au succès des entreprises. Et, en raison de leur forte valeur économique et stratégique, les entreprises en génèrent de plus en plus – et dans des délais de plus en plus réduits. Mais attention à ne pas se retrouver face à une masse déstructurée de données dont il est impossible d'avoir une vue d'ensemble, et dont l'interprétation serait vaine. Le défi est de transformer les données générées en savoir et d'appliquer celui-ci de manière ciblée et intelligente.

Les entreprises leaders se différencient donc des autres par le fait qu'elles savent analyser les données collectées afin de pouvoir réagir en temps réel aux besoins des clients sur la base de ces analyses. Elles utilisent le potentiel de la digitalisation et prennent les bonnes décisions en s'appuyant sur des données clients et entreprises générées afin de, par exemple, surveiller les processus d'acquisition et de vente ou de livrer, à chaque phase

de la relation client, des informations et expériences convaincantes et personnalisées – et ce de la manière la plus automatisée possible et avec peu de frais.

C'est exactement là qu'entre en jeu Microsoft Dynamics 365. Dites adieu aux unités centrales CRM et ERP isolées entre lesquelles d'énormes disparités de données peuvent survenir. Avec Microsoft Dynamics 365, vous avez à disposition la dernière génération d'applications business intelligentes. Sur la base du cloud, elles allient les fonctions CRM et ERP et garantissent une **collaboration sans heurt** de tous les secteurs pertinents de l'entreprise.

Microsoft Dynamics 365 **s'adresse** aux besoins des organisations complexes et des entreprises agissant dans le monde entier. Les petites et moyennes entreprises profitent quant à elles surtout de l'étendue des fonctionnalités des applications Dynamics 365 Business Central.

Dynamics 365 repose sur une conception modulaire. Cela signifie que différents modules agissent ensemble, ils peuvent être remplacés et ils permettent ainsi d'adapter les fonctionnalités individuellement afin de répondre avec flexibilité aux besoins du secteur en question. Le principal avantage est que les applications n'agissent pas à part : elles sont toutes liées entre elles et adaptées les unes aux autres.

Les paragraphes suivants vous offriront une vue d'ensemble concernant les fonctionnalités de Microsoft Dynamics 365. Voyez par vous-même lesquelles sont **le** plus adaptées à votre entreprise !



Dynamics 365 Business Central

Les petites et moyennes entreprises peuvent profiter des innombrables possibilités offertes par Dynamics 365 Business Central.

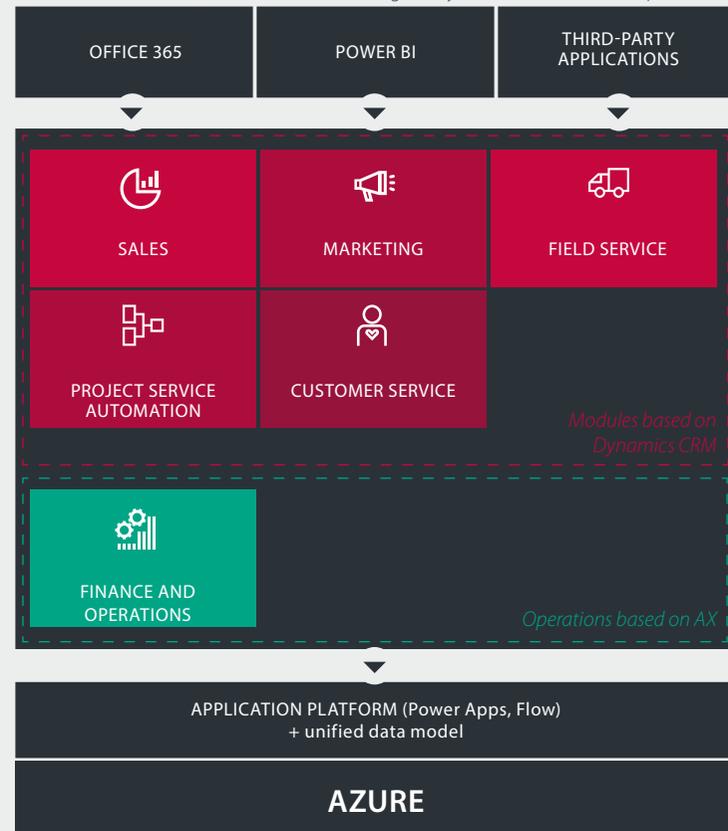
The functional range of Dynamics 365 Business Central can be complemented



Dynamics 365

Microsoft Dynamics 365 pour les moyennes entreprises de catégorie supérieure et les grandes entreprises

The functional range of Dynamics 365 can be complemented



Modules sur la base de Microsoft Dynamics CRM

La gestion de la relation client (Customer Relationship Management, CRM) désigne une stratégie d'entreprise orientée vers les clients qui, à l'aide de la technologie d'information moderne, établit des relations avec les clients et les maintient sur le long terme. Les applications basées sur Dynamics CRM allient tous les processus permettant une proximité avec la clientèle et permettent ainsi de s'adresser de manière ciblée aux clients via des concepts de marketing, de distribution et de service globaux et individuels. Ici, toutes les données sur le client sont collectées et mises à disposition par les applications Dynamics 365 à l'échelle de l'entreprise et pour tous les secteurs.

Ce n'est un secret pour personne que la fidélisation et l'attachement des clients sont décisifs pour le succès des ventes car les étroites relations sur le long terme sont un vecteur de loyauté et de confiance : les sondages montrent que les clients fidèles dépensent 67 % de plus que les nouveaux. Cependant, une fidélisation intensive des clients ne peut avoir lieu que si vous garantissez des relations fortes et durables tout au long du cycle de vie client. Il est particulièrement important que vous vous concentriez sur les bonnes priorités et que vous agissiez toujours avec votre objectif en tête.

Identifier les bonnes pistes et opportunités :

Grâce aux possibilités étendues offertes par Dynamics 365 for Sales, comprenez les comportements, tendances et potentiels de vos contacts dans leur globalité. Apprenez à connaître vos contacts, découvrez qui sont ces personnes, ce qu'elles veulent et ce dont elles ont besoin. À l'aide d'insights sociaux, atteignez plus rapidement les « bons » interlocuteurs et accélérez ainsi le processus de vente. Les connaissances acquises grâce aux interactions par e-mail peuvent vous aider à appréhender de nouveaux intéressés. Sur la base de ces interactions, votre équipe de distribution peut établir et développer la relation client elle-même et de manière proactive. Et, grâce à l'intelligence prédictive et au Machine Learning, la recherche d'entreprises et de personnes peut désormais être élargie très facilement, au lieu de se baser uniquement sur les comportements du passé.



Élaboration des relations en vue d'augmenter le chiffre d'affaires :

Il est difficile de se démarquer parmi la masse de fournisseurs et de faire en sorte que les clients se souviennent durablement de vous. À titre d'entreprise vendeuse, cela signifie pour vous que vous devez proposer une valeur ajoutée à des intéressés informés dont vous vous efforcez d'obtenir l'attention. Dynamics 365 for Sales dispose d'outils performants qui transforment de grandes quantités de données complexes en conclusions exploitables. Ces conclusions peuvent être représentées rapidement et facilement sur n'importe quel terminal, si bien qu'il est possible d'y avoir recours lors de rendez-vous extérieurs sur une tablette afin de pouvoir proposer à vos clients les informations pertinentes qu'ils considéreront comme une valeur ajoutée. Établissez des relations personnelles en créant des profils clients à l'aide des données issues des fonctionnalités CRM, des systèmes d'e-mails et des réseaux sociaux qui se basent sur les transactions, sur les états d'esprit des clients, sur les contenus qui ressortent ainsi que sur la fréquence et le degré d'interactions des clients. Ainsi, vous abordez les acheteurs potentiels à titre de partenaire qui s'intéresse à eux, qui se met à leur place et qui sait ce qu'ils veulent et ce dont ils ont besoin.

Gestion des clients :

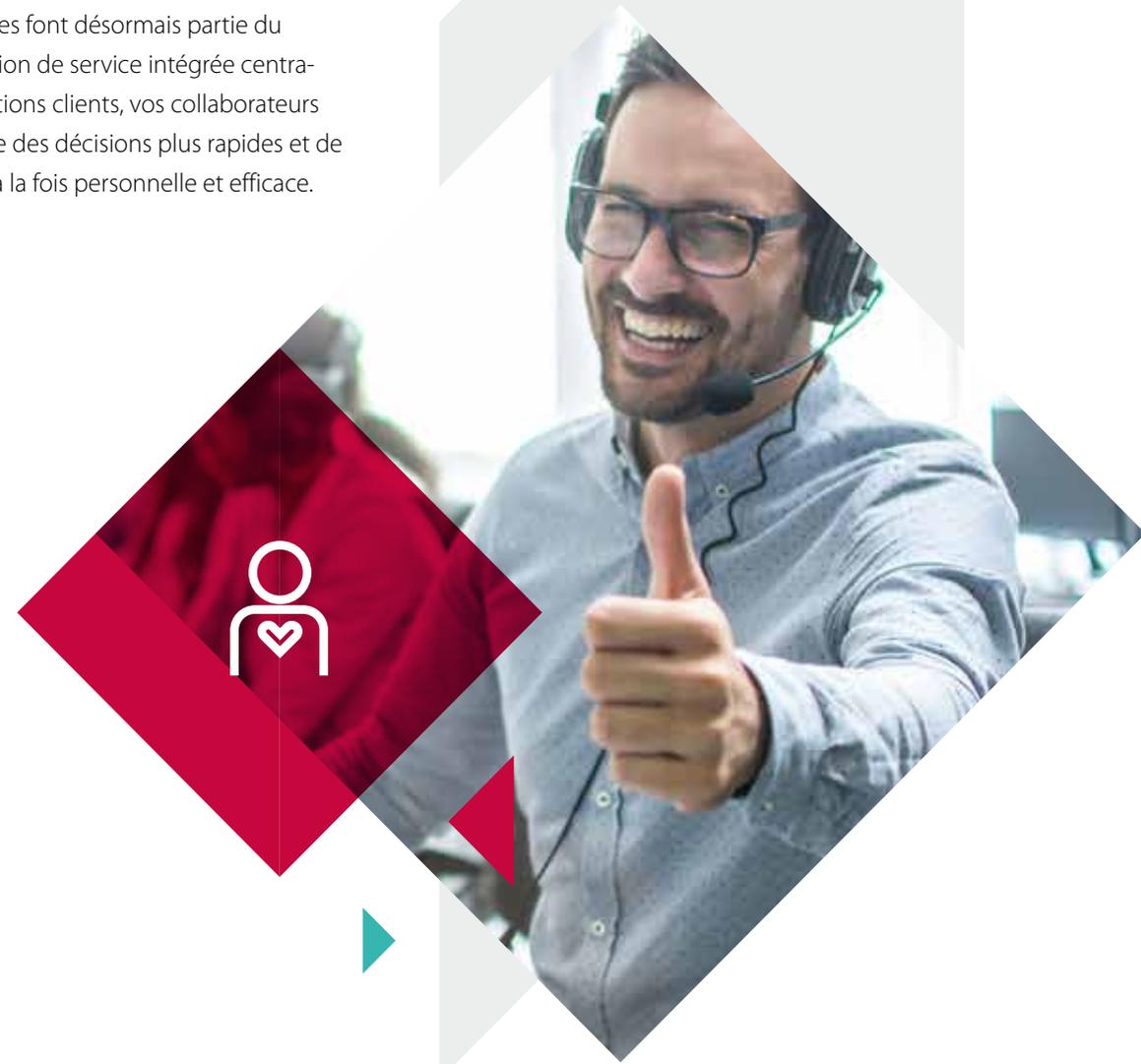
Les relations clients sont fructueuses lorsqu'elles sont entretenues et qu'elles perdurent sur une longue période. Ici, l'entretien de quelques relations relève encore de l'ordre de la faisabilité. Cependant, plus le nombre de contacts et de clients augmente, plus cette tâche est chronophage. En outre, il existe le risque de négliger des profils de clients, des contacts, voire même des segments entiers. Avec Dynamics 365 for Sales, vous diminuez drastiquement les besoins de gestion. Profitez d'applications qui mettent à disposition des nouveautés adressées aux contacts, des données de médias sociaux et des flux de travail afin d'optimiser vos processus de distribution à l'aide d'une solution complète. Grâce aux analyses en temps réel ainsi qu'au partage des notes d'entretien et des documents de vente, votre équipe de distribution travaillera en plus étroite collaboration et obtiendra de meilleurs résultats.



Un service client en réseau pour des clients satisfaits :

Dans un monde omnicanal, les consommateurs souhaitent décider de la manière, du lieu et du moment où ils achètent. Ils exigent également du service client qu'il soit joignable via n'importe quel canal et qu'il fournisse partout les mêmes informations et les mêmes prestations. Dynamics 365 for Customer Service offre une solution centralisée, garantissant des collaborateurs bien informés, un service omnicanal de bout en bout et ce faisant, la satisfaction de la clientèle. Dynamics 365 for Customer Service réunit sur différents canaux toutes les informations et interactions des clients dans un seul et même système : chacun de nous a déjà vécu des expériences pour le moins agaçantes avec le support client. Et nombreux sont ceux qui se sont retrouvés au service de gestion des réclamations. Les raisons à cela sont souvent les mêmes : absence de processus clairement défini permettant au collaborateur A de transférer correctement une demande, ignorance du collaborateur B au sujet de la demande ou réponse envoyée par le collaborateur C sur un canal autre que celui choisi par le client.

Avec les systèmes CRM (y compris la fonction Helpdesk), permettant à tous les collaborateurs impliqués de disposer à tout moment des dernières informations relatives aux clients, ces problèmes font désormais partie du passé. Grâce à une solution de service intégrée centralisant toutes les informations clients, vos collaborateurs sont à même de prendre des décisions plus rapides et de garantir une assistance à la fois personnelle et efficace.



Organisation intelligente de votre service externe :

Dès le premier contact, les clients exigent des réponses et des solutions précises à leurs problèmes. Bon nombre d'entre eux sollicitent même l'intervention personnelle d'un collaborateur ou d'un technicien de service. Dans 65 % des cas, les demandes de service entrantes sont solutionnées par des visites sur site. Et 26 % d'entre elles donnent lieu à des rendez-vous de suivi. Au vu des énormes coûts occasionnés par les visites du service externe, il existe, pour beaucoup d'entreprises, un réel potentiel d'amélioration et d'économies. Avec les fonctions Field-Service de Microsoft Dynamics 365, vous gérez de manière proactive votre service externe. Grâce aux informations centralisées dans un seul et même lieu et aisément accessibles, y compris de manière mobile, les collaborateurs du service externe peuvent à tout moment consulter les appareils et équipements installés, les contrats de maintenance et les historiques, les factures, les commandes en cours, les SLA et bien plus encore. Fort des multiples possibilités de Field Service, vous optimisez la gestion de votre offre de service et gardez la satisfaction de vos clients. Parallèlement, vous améliorez votre planning de service et assurez une utilisation plus efficace de vos ressources.

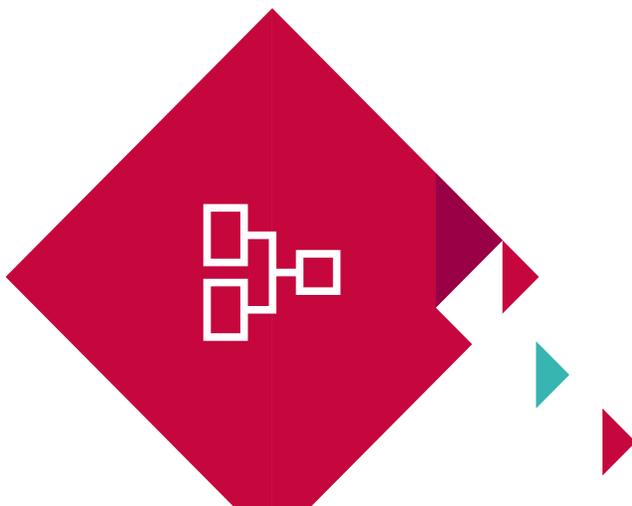




Reliez les collaborateurs de votre entreprise et rendez vos projets encore plus efficaces :

À l'ère de la mondialisation et du digital, les projets sont de plus en plus organisés en réseaux répartis à l'échelle mondiale incluant de nombreux fournisseurs et partenaires. Chaque équipe travaillant simultanément de manière décentralisée sur différentes tâches. Ce qui n'est pas sans créer des problèmes d'organisation et de coordination, notamment pour le chef de projet.

Les applications de Microsoft Dynamics 365 for Project Service Automation offrent de nombreuses fonctions qui assistent vos collaborateurs lors de la transition transparente du processus de vente vers un projet concret, y compris la planification ultérieure du projet et l'exécution ponctuelle dans les limites du budget. Des outils d'automatisation des forces de vente permettent d'établir des prévisions précises et de s'y conformer. De plus, grâce à la technologie cloud, ils facilitent le traitement conjoint des offres effectué par votre équipe des ventes et optimisent ainsi l'utilisation des ressources.



Des expériences client uniques grâce à la mise en réseau des activités de vente, de service et de marketing :

En créant des expériences positives, vous nouez une relation de proximité avec vos clients. Grâce aux données cohérentes issues des trois domaines ventes, service client et marketing, il est possible de créer des « **customer journeys** » ciblés et de véhiculer des messages uniformes. Cependant, il n'est pas rare que les services ventes et marketing parlent des langages différents. Des enquêtes révèlent que près de 60 % des entreprises jugent insuffisante l'interaction entre les ventes et le marketing. De plus, plus de 80 % des supports marketing demeurent inutilisés.

Microsoft Dynamics 365 for Marketing complète les fonctionnalités CRM et fournit des données non seulement au service des ventes mais aussi des activités marketing associées, garantissant ainsi une meilleure collaboration entre les deux domaines. À l'époque des blogs, des médias sociaux, de l'e-mail marketing, du référencement et autres possibilités de la publicité (en ligne), disposer des bons outils d'automatisation du marketing peut s'avérer une aide précieuse pour la coordination de tous les processus marketing.

À titre d'exemple, les différents composants garantissent une mise à disposition et une évaluation rapides des campagnes e-mail ou la création de landing pages. Les outils d'automatisation permettent de capturer les réactions des clients, de les stocker automatiquement dans le CRM et d'envoyer en retour des réactions correspondantes.

Modules ERP basés sur Dynamics AX

Pour dynamiser votre transformation digitale, vous avez besoin des fonctions CRM mais aussi de solutions ERP permettant à vos collaborateurs de gérer tous les processus commerciaux de votre entreprise : des finances jusqu'à la gestion de la chaîne logistique. Microsoft Dynamics for Finance and Operations réunit un kit complet d'applications modulaires. Celles-ci fournissent une base de données unifiée issue des différents domaines de l'entreprise tels que les achats, les ventes, le stockage ou la comptabilité, de sorte que tous les rapports et analyses soient issus des mêmes données de base. Ainsi, les opérations financières, les processus de production et les chaînes d'approvisionnement peuvent être surveillés et coordonnés avec précision. Les puissants outils ERP du cloud vous permettent de développer des processus plus efficaces, de créer des rapports financiers et des analyses et de suivre de près aussi bien le flux de marchandises que la production. Avec Microsoft Dynamics 365 for Finance and Operations, vous synchronisez la gestion des marchandises, la logistique et les échanges commerciaux sur tous vos sites et honorez vos commandes dans les temps, pour le plus grand bonheur de vos clients.



Interview de Leif-Lennart Brombas

Monsieur Brombas, pouvez-vous nous dire concrètement ce que signifie la formule « création de valeur en réseau des services spécialisés dans le marché » ?

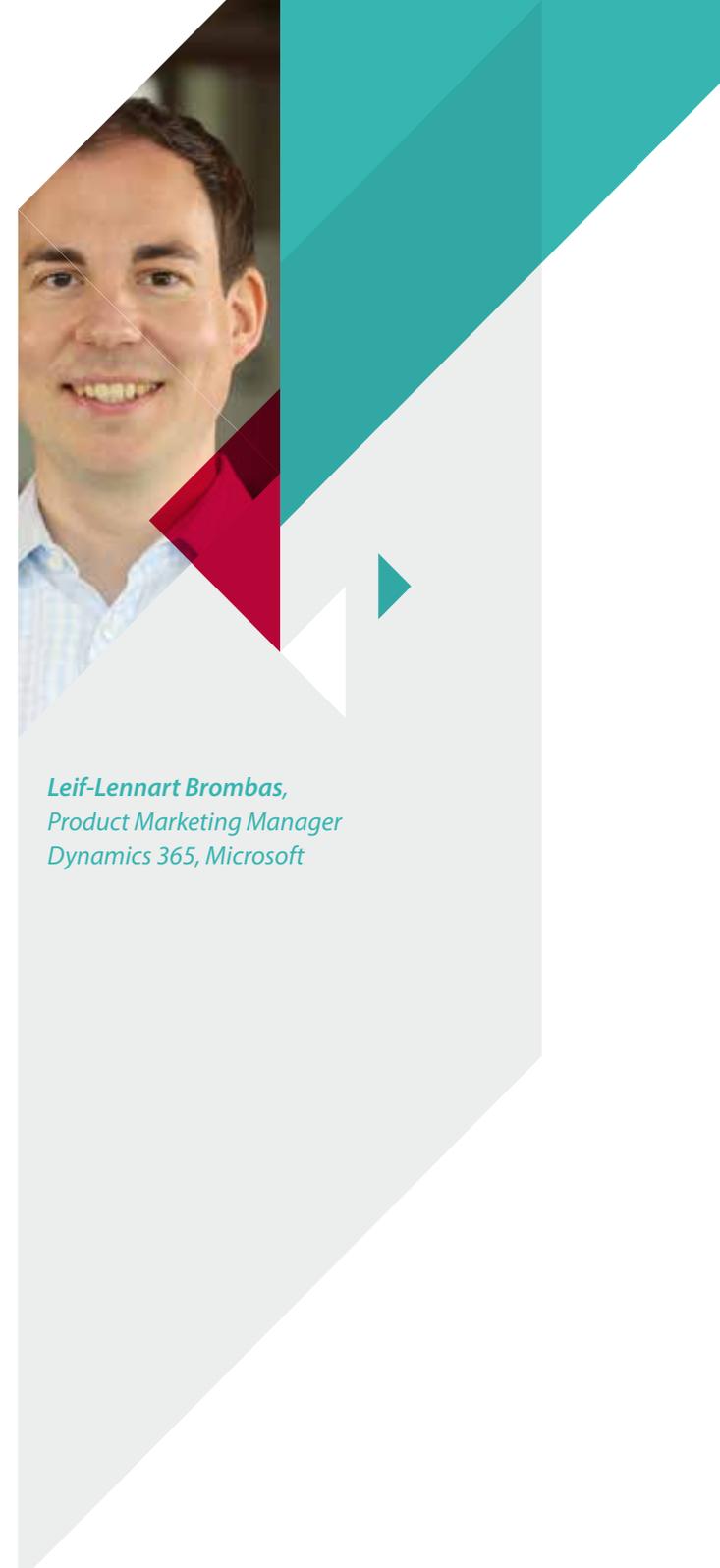
L'une des principales caractéristiques de la transformation digitale est la mise en réseau bout en bout de toute la chaîne des processus dans l'entreprise. La digitalisation n'est pas à proprement parler une transformation, elle déploie sa force uniquement grâce à la mise en réseau et ouvre la voie à de nouveaux modèles commerciaux. Les « services spécialisés dans le marché » intègrent les services classiques tels que le marketing, les ventes et le cas échéant, la maintenance et le service après-vente.

Tous ces services, mais aussi le service production, le service des achats et de l'approvisionnement, voire même le service RH et le service financier, peuvent profiter de cette mise en réseau de bout en bout. Avec Dynamics 365, nous avons lancé en 2016 une suite complète à partir du cloud. Elle regroupe les services de Dynamics ERP

et Dynamics CRM, intègre Cortana Intelligence, Power BI et Azure Machine Learning et est étroitement liée à Office 365.

Cela nous permet de couvrir toutes les fonctions de l'ensemble du portefeuille de productivité.

Cependant, cette « création de valeur en réseau » exige aussi des décisions stratégiques quant à la disparition des silos de données, la mise à disposition des informations pour tous et la communication entre tous les services, souvent au-delà des distances et du temps. Dans une entreprise en réseau, chaque processus engendre une grande quantité de données qu'il convient d'utiliser. Mais cela n'est possible que si les processus et les technologies d'assistance peuvent en tenir compte. C'est une tâche stratégique qui incombe à l'entreprise et c'est sur quoi est basée la formule « création de valeur en réseau des services spécialisés dans le marché ».



*Leif-Lennart Brombas,
Product Marketing Manager
Dynamics 365, Microsoft*



Pouvez-vous nous parler du statu quo dans la collaboration de ces services dans les PME allemandes ? Quels sont les obstacles, et où résident, selon vous, les défis ?

Selon une récente enquête Microsoft auprès de 1 000 PME en Allemagne, la « digitalisation » est encore loin de faire l'objet d'une définition unanime. Environ un quart des personnes interrogées pensent qu'il s'agit de la digitalisation des processus commerciaux et des relations clients ou de l'utilisation d'applications pour le travail mobile. Une personne sur cinq place l'analyse des données, les applications de médias sociaux ou la création de sites Web (!) au premier plan. Et pour 37 % des sondés, la digitalisation symbolise le passage du papier à l'ordinateur. Ces avis divergents ne sont pas un problème en soi ; Microsoft offre les technologies cloud adaptées à chaque approche et à chaque point d'entrée, des offres de cloud privé aux offres de cloud public en passant par le cloud hybride.

Monsieur Brombas, la transformation digitale de toute la gestion du cycle de vente est-elle, selon vous, sans alternative ou juste « nice to have » ?

La mise en réseau complète est une condition indispensable à la transformation digitale, non seulement au niveau du cycle des ventes, mais aussi dans toute l'entreprise. Les données forment la base de l'efficacité et de la productivité d'aujourd'hui et sont le carburant des nouveaux modèles commerciaux de demain. Ce qui peut sembler « nice to have » aujourd'hui peut être sans alternative demain. L'heure de la transformation digitale de la gestion du cycle de vente a sonné.

Voyez-vous un changement dans les tâches effectuées par les services informatiques des entreprises de taille moyenne ? Le changement de paradigme, de l'administrateur au facilitateur d'affaires est-il également perceptible dans les moyennes entreprises, ou les services spécialisés sont-ils les véritables moteurs de la transformation digitale ?

Le cloud décharge les services informatiques de nombreuses tâches de routine et crée de l'espace pour l'innovation, par exemple dans l'Internet des objets, le travail lié au savoir ou encore dans le service RH. Dans ce processus, l'informatique d'entreprise n'est pas inutile, dès lors qu'elle fait office de consultant en technologies et qu'elle devient un moteur de changement sur la base

de ces technologies. Nous constatons que les services spécialisés sont de plus en plus souvent à l'origine de modifications technologiques ou qu'ils introduisent eux-mêmes de nouvelles technologies. Mais pour cela, ils ont toujours besoin d'un service informatique pour empêcher que de telles technologies n'aboutissent à des solutions isolées ou à de nouveaux silos de données dont personne n'a besoin. À cet égard, le service informatique gagne également en importance s'il est en mesure de répondre rapidement et aisément aux exigences des services spécialisés en matière de solutions logicielles.

Monsieur Brombas, concrètement : que conseillez-vous aux entreprises qui souhaitent franchir le pas ? Comment atteindre l'objectif d'une création de valeur en réseau basée sur le cloud de tous les services spécialisés dans le marché ?

Je conseille aux entreprises de toutes tailles et de tous secteurs de ne pas attendre pour amorcer la digitalisation et de s'atteler dès aujourd'hui à la transformation digitale. Outre la première étape, une création de valeur en réseau basée sur le cloud nécessite une approche stratégique et une conduite du changement.



Intershop Cloud Commerce & Dynamics 365 – Voici comment profiter de la digitalisation globale de vos services spécialisés sur le marché

Le e-commerce fait l'objet d'une véritable course aux armements. Au vu de la multitude de boutiques, services et produits identiques et des dangers liés à une simple communication tarifaire, les marchands en ligne cherchent à se démarquer. Cela passe d'abord par des caractéristiques techniques telles qu'un frontend moderne ou une optimisation de la performance et de l'utilisabilité, puis par des stratégies mobiles et omnicanales. Ce qui n'est pas bête, mais la concurrence fait la même chose.

Dans le commerce en ligne, la clé du succès réside également dans une relation unique avec la clientèle, qu'il s'agisse de B2C ou de B2B. L'effet cumulé du marketing, des ventes, du service après-vente voire même du e-commerce par le biais du réseau digital est le facteur clé d'une gestion du cycle de vie des clients à la fois efficiente et satisfaisante. Les clients attendent des expériences d'achat et de service innovantes, conviviales et personnalisées quels que soient les canaux de vente. Ils souhaitent avoir accès à tout moment aux mêmes infor-

mations et aux mêmes opportunités, qu'ils soient chez un commerçant, au téléphone, en ligne sur leur tablette, en déplacement sur leur smartphone ou chez eux devant leur ordinateur.

En combinant Microsoft Dynamics 365 et la suite Intershop Commerce, votre entreprise est en mesure de répondre précisément à ces exigences et d'augmenter ainsi sensiblement la satisfaction et la fidélité de ses clients. Les modules Microsoft Dynamics 365 offrent déjà une solution complète pour la mise en réseau des processus ERP et CRM et garantissent ainsi des processus efficaces et transparents au sein des entreprises. Avec la suite Commerce d'Intershop dédiée aux clients, vous avez une solution globale permettant aux deux composants de déployer pleinement leur potentiel.

Car en reliant les processus ERP et CRM internes à l'entreprise avec leurs applications e-commerce, les entreprises véritablement axées sur les données parviennent à faire tomber les barrières entre les différents systèmes et béné-

ficient d'une solution globale. Dans un tel scénario, toutes les données pertinentes sont rassemblées dans une seule et même ressource informative accessible à tout moment par les acteurs concernés.

La plateforme e-commerce ultra-performante d'Intershop vous permet de créer un portail digital global, intégrant entièrement l'ERP et le CRM et pouvant être utilisé aussi bien dans l'entreprise que par les clients. Bien plus qu'une simple boutique en ligne, un portail digital d'entreprise regroupe toutes les applications d'interaction avec les clients et toutes les informations de l'entreprise fournies par Dynamics 365. Les informations clients et produits, les contenus, les fonctions de commandes, la communication et les services sont regroupés, de sorte que tous les collaborateurs, services et équipes peuvent accéder rapidement à la même ressource informative, laquelle, selon la configuration du système, peut être également mise à disposition des clients, soit en totalité, soit en partie.



En reliant le CRM, l'ERP et le e-commerce, les doublons lors des saisies des commandes ou des coordonnées des clients seront de l'histoire ancienne. Les désignations des articles et les stocks disponibles sont téléchargés rapidement et aisément sur l'interface e-commerce. Les ventes réalisées via la plateforme Commerce sont aussitôt signalées aux systèmes internes. Les acheteurs peuvent voir précisément les données des stocks, passer des commandes supplémentaires exactement selon leurs besoins et éviter ainsi les ruptures et les excédents de stocks. En outre, les clients visualisent eux-mêmes les quantités disponibles lors de l'opération d'achat et n'ont de ce fait pas besoin d'avoir recours à un collaborateur. Plus les processus sont automatisés, moins l'interaction avec les clients nécessite de personnel.

L'utilisabilité ou l'expérience utilisateur joue également un rôle essentiel. Selon une étude de Forrester, plus les contenus de leurs boutiques en lignes sont optimisés et enrichis, plus les entreprises vendent leurs produits sur Internet. Avec Intershop Cloud Commerce et Dynamics

365, les produits sont décrits avec précision et présentés clairement avec des instructions ; des fiches techniques et des rapports d'utilisation.

De plus, Microsoft Dynamics 365 est en mesure d'identifier d'éventuels intérêts de clients grâce à l'intelligence prédictive et de les traiter en recommandations de produits pertinentes grâce à l'intégration transparente dans le système e-commerce. Vos clients ne reçoivent donc plus des recommandations dérivées uniquement d'analyses du panier du type « les clients ayant acheté le produit X ont également aimé le produit Y », mais des propositions personnalisées configurées intelligemment. En se basant sur des cas de service précédents ou sur des enquêtes auprès des clients, des extensions de garantie individuelles ou des produits de suivi peuvent aussi être proposés à des tarifs préférentiels.

Aussi bien pour les acheteurs que pour les prospects, le portail clients constitue le point de contact central et l'espace personnel au sein d'une entreprise ; c'est ici qu'ils

obtiennent toutes les informations souhaitées et qu'ils trouvent de multiples options de libre-service. Les entreprises augmentent ainsi la satisfaction de leurs clients, en donnant aux acheteurs en temps réel un accès aux données de leurs systèmes ERP et CRM, données grâce auxquelles ils peuvent être informés sur les produits, les disponibilités, les commandes en cours et passées, les retards prévisibles, les délais de paiement, les soldes de comptes, etc.

En outre, les coordonnées de personnes importantes et les informations sur les interactions entre les clients et l'entreprise peuvent y être consultées. Enfin, des contenus rédactionnels spécialement adaptés aux clients viennent compléter l'expérience en ligne.

Pour résumer : plus les imbrications entre le CRM, l'ERP et le e-commerce sont étroites, plus la valeur ajoutée pour le client et l'entreprise est importante.



Démarrez avec ce dont vous avez vraiment besoin

Les applications de Microsoft Dynamics 365 et la solution Cloud-Commerce d'Intershop sont conçues de telle sorte qu'elles soient rapides à mettre en œuvre, faciles d'utilisation, flexibles et modulaires. En d'autres termes, vous pouvez vous lancer petit à petit et payez uniquement pour ce dont vous avez vraiment besoin. Choisissez parmi les applications cloud modulaires conçues pour vos processus, rôles et secteurs spécifiques, que vous souhaitez optimiser dans un premier temps uniquement un secteur défini ou avoir une vue d'ensemble de toutes vos activités commerciales. La structure flexible s'adapte à vos systèmes existants, vous permettant, si besoin, d'intégrer sans problèmes de nouvelles fonctions.

Jusqu'ici, les adaptations des logiciels de gestion impliquaient des efforts considérables et des coûts élevés, car certains codes sources devaient être modifiés par les développeurs. Les architectures modernes de Microsoft Dynamics 365 et de la suite Intershop Commerce contournent ce problème, de sorte que de nombreuses configurations ou applications peuvent être implémentées ou étendues sans problèmes et à moindres frais. Les solutions d'Intershop et de Microsoft grandissent avec vous et vous garantissent un fonctionnement optimal.

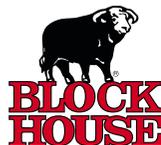
La symbiose intelligente et flexible d'une solution cloud-commerce de premier plan avec un système CRM et ERP vous permet de consolider tous les processus orientés clients et d'établir une gestion globale de la fidélisation de la clientèle et du commerce. Créez des expériences d'achat personnelles, parfaites et différenciées et augmentez l'efficacité de votre entreprise.

- ▲ Agrégation des informations clients récoltées via différents canaux
- ▲ Élimination des saisies de données manuelles et des doublons
- ▲ Expériences service complètes et multiples possibilités pour les clients de s'informer sur les différents produits et services
- ▲ Utilisation d'outils analytiques afin de relier les clients aux produits et services qui les intéressent
- ▲ Meilleure planification et segmentation de la clientèle
- ▲ Gain de temps dans la gestion des stocks
- ▲ Meilleure précision des données relatives aux stocks
- ▲ Amélioration de la Customer Lifetime Value
- ▲ Amélioration de la satisfaction et de la fidélité de la clientèle
- ▲ Hausse des revenus issus des nouveaux clients et des clients existants

Commerce@Azure – un meilleur e-commerce en toute sécurité

Flexibilité. Évolutivité. Sécurité. En tant que client, vous avez de nombreuses attentes envers une solution Commerce depuis le cloud. C'est pourquoi Intershop mise sur la plateforme Cloud Azure de Microsoft car elle répond précisément à toutes les exigences.

De nombreux clients font déjà confiance à Intershop Commerce @Azure. À titre d'exemple :



” *L'intégration en profondeur du e-commerce, du CRM et de l'ERP donne lieu à un profil client uniforme dans les trois domaines. La gestion du cycle de vie d'un client s'en trouve considérablement simplifiée et gagne en efficacité. L'interaction client, la communication client et les transactions deviennent beaucoup plus ciblées et plus personnelles, dans le vrai sens du terme.*

*Ronni Swialkowski,
Directeur des Alliances Stratégiques et des Partenariats,
Intershop Communications AG*

L'interface technologique

Connecteur Intershop Microsoft Dynamics 365

Les cinq connecteurs standards d'Intershop, Commande, Stocks, Prix, Client et Produit relient les différents Business Objects à la suite Intershop Commerce et au système ERP de Microsoft Dynamics 365. L'architecture microservice utilisée à cet effet garantit une adaptation flexible aux projets clients et une intégration rapide dans les infrastructures logicielles existantes. À titre d'exemple, le développement modulaire permet la mise à disposition de données clients pour les systèmes CRM ou de données produits pour les systèmes ERP. Une fois configurés, tous les connecteurs fonctionnent de manière entièrement automatique. Commandes, stocks, prix, données clients et données produits sont échangés de manière rapide, aisée et cohérente entre la suite Intershop Commerce et Microsoft Dynamics 365.



Connecteur Commande

Les commandes clients sont extraites de la suite Intershop Commerce et exportées dans les données de commande. Le transfert des données est effectué par l'architecture microservice et les informations sont saisies dans Microsoft Dynamics 365 via l'interface OData. Ce processus automatique se déroule en temps réel et Dynamics devient le système ERP directeur. Ce dernier enregistre les nouvelles commandes dans les plus brefs délais en vue de leur traitement ultérieur. De plus, grâce au microservice, l'historique des commandes peut également être demandé et consulté en temps réel sur le compte du client. Les données sont alors extraites automatiquement du système ERP et converties au format XML Intershop.

Connecteur Client

Le Connecteur Client est l'interface centrale permettant d'interroger ou d'actualiser des données clients dans Microsoft Dynamics 365. Il synchronise automatiquement les nouveaux clients ou les modifications des données clients entre la suite Intershop Commerce et Microsoft Dynamics 365. La cohérence et l'actualité des données clients sont ainsi garanties à tout moment dans les deux systèmes.

Connecteur Stocks

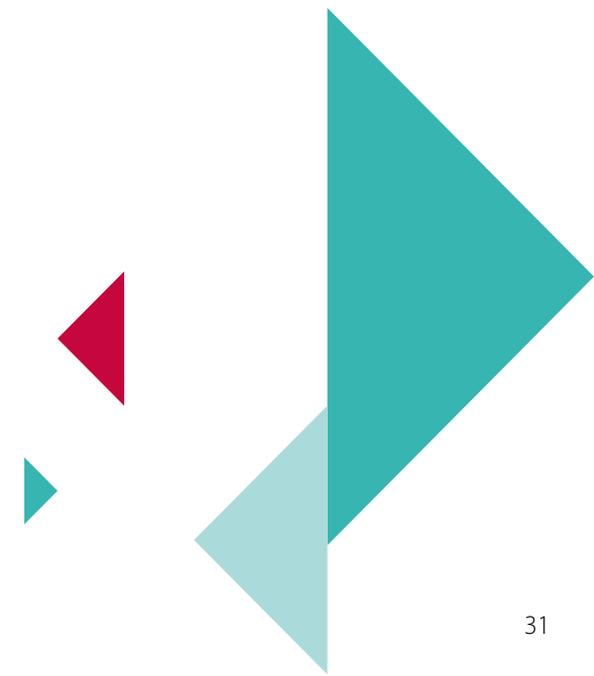
Avec le connecteur Stocks, les stocks sont interrogés dans Microsoft Dynamics 365 et affichés dans la boutique en ligne, par exemple sur la page d'informations d'un produit. Les stocks sont alors enregistrés temporairement dans le Connecteur Stocks pendant un certain temps. La boutique en ligne affiche la disponibilité des produits de manière ultraperformante, et ce, même aux périodes de pointe. Parallèlement, toute demande de stock inutile à Microsoft Dynamics 365 est bloquée.

Connecteur Produit

Le Connecteur Produit assure la synchronisation des données produits entre Microsoft Dynamics 365 et la suite Intershop Commerce. Les données produits nouvelles et modifiées sont transférées par Microsoft Dynamics 365 au format OData dans Azure Cloud. Le Connecteur Produit récupère automatiquement les données produits modifiées dans le système ERP de Microsoft et les convertit au format XML d'Intershop. L'importation dans la suite Commerce démarre ensuite automatiquement. Ce système garantit une mise à disposition rapide et fiable des données produits via Azure Cloud et leur actualisation dans la suite Intershop Commerce.

Connecteur Prix

Grâce au calcul intelligent et à l'enregistrement temporaire des prix et des conditions de prix, le Connecteur Prix garantit à tout moment une performance inégalée, y compris pour un grand nombre de clients, groupes de clients et listes de prix individuelles ou lors des périodes de pointe. Finis les longs temps de réponse, les informations sur les prix sont disponibles instantanément. Ainsi, vous gardez l'évolutivité de vos activités et proposez en ligne des prix clients individuels, sans jamais atteindre les limites de votre système ERP.



CHAPITRE 6

Vos avantages en un clin d'œil

Grâce à l'intégration transparente de notre solution e-commerce dans les applications métiers globales Microsoft Dynamics 365, les deux systèmes peuvent déployer pleinement leur potentiel. Il en résulte une symbiose qui redéfinit la productivité, soutient votre croissance et ouvre des dimensions de performance inédites.

Optimisez vos ventes digitales et offrez à vos clients des processus d'achat et de service uniformes à chaque point de contact. Profitez d'une introduction rapide dans vos processus internes de notre solution e-commerce équipée de toutes les fonctionnalités.

Marketing, ventes, service externe, service et e-commerce travaillent en réseau, s'échangent des données et génèrent ainsi une meilleure compréhension de la clientèle, une productivité accrue et des bases de décision plus précises étayées par des données.

Une productivité axée sur le client : la clé de la réussite

L'alliance Intershop Commerce et Microsoft Dynamics 365 réunit les personnes, les services, les données et les processus dans une démarche sur différents canaux axée sur la clientèle. D'où une efficacité et une rentabilité accrues dans les opérations quotidiennes et dans la collaboration avec vos clients.



Suite Intershop Commerce

La suite Intershop Commerce est une plateforme digitale e-commerce flexible et évolutive, offrant tous les avantages d'une solution complète et dotée de nombreuses fonctions clés.

La suite Intershop Commerce se compose d'un kit complet incluant les solutions Commerce Management, Order Management (OMS), Product Information Management (PIM) et Experience Management (EX). La solution garantit une expérience d'achat personnalisée, parfaitement adaptée à vos modèles d'affaires et de ventes ou à vos structures de distribution internationales.

La suite Intershop Commerce vous permet de répondre aux besoins de différents marchés et groupes cibles à partir d'un seul et même fournisseur et de créer aisément des portefeuilles produits distincts, différents segments de clientèle ou diverses stratégies d'internationalisation et de localisation.

Grâce à la suite Intershop Commerce, vous assurez avec succès la mise en scène de vos marques en ligne, vous ouvrez de nouveaux groupes de clients, canaux de distribution et marchés au niveau national et international et vous digitalisez tous vos processus de vente.

Parallèlement, vous avez l'assurance que notre solution s'adapte sans problème y compris lors des pics de demandes et que vous pouvez réagir à tout moment avec agilité aux défis de votre entreprise.

Nous assistons votre entreprise lors de la mise en œuvre simple et rapide de vos initiatives en matière d'e-commerce et de digitalisation. Grâce à la flexibilité de nos offres, nous vous permettons d'accéder rapidement à une solution de commerce moderne, spécialement adaptée à vos exigences spécifiques. Commencez par les fonctionnalités dont vous avez vraiment besoin. Notre solution grandit avec vous. Et notre compétence est toujours à vos côtés.



Le pont technologique entre le e-commerce et Dynamics 365

Développé en collaboration avec des partenaires Microsoft de premier plan, Dynamics 365 Connector garantit l'intégration sans faille de la suite Intershop Commerce dans Microsoft Dynamics 365. Nous proposons ainsi une solution unique réunissant le e-commerce et Dynamics 365, basée sur les dernières technologies et sur une vaste compréhension technique.

Commandes, stocks, prix, données clients et données produits sont échangés en temps réel, reléguant au passé les ruptures de médias, les doublons de saisie ou encore les incohérences au niveau des stocks. La synchronisation des données produits et des stocks s'effectue aisément et rapidement, et les ventes sont aussitôt signalées à votre Microsoft Dynamics 365 via le système e-commerce Intershop. Des informations précises, telles que les disponibilités et les conditions de prix sont stockées temporairement dans nos connecteurs, ce qui diminue les temps de réponse et libère votre Microsoft Dynamics 365 d'un afflux de demandes, y compris pendant les périodes de pointe.



Microsoft Dynamics 365

Leader sur le marché, la solution complète pour CRM et planification des ressources Microsoft Dynamics 365 regroupe tous les processus métiers : des finances à la gestion de projets et au service à la clientèle en passant par le service externe, les opérations et le marketing. De conception modulaire, elle répond à tous les besoins des entreprises en matière de solutions digitales : ERP, CRM, applications Office et business intelligence.

L'alliance parfaite pour une digitalisation axée clients sur Microsoft Azure

En combinaison avec Microsoft Dynamics 365, Intershop permet aux entreprises de disposer d'une solution rentable sur différents canaux intégrant le e-commerce à la gestion du cycle de vie complet du client et de concrétiser avec souplesse leurs visions d'entreprise dans le cloud. Étape par étape. De manière évolutive.



FAITES CONFIANCE À NOTRE EXPERTISE

Intershop propose l'une des meilleures solutions e-commerce au monde dédiées aux moyennes et grandes entreprises. Sur une seule et même plateforme, la suite Commerce permet aux entreprises de présenter leurs marques, de vendre leurs produits dans le monde entier et de mettre en œuvre leurs stratégies de croissance.

La suite Intershop Commerce est composée des modules Omnichannel Management, Experience Management, Product Information System, Customer Management, Transaction Management, Organization Management, Analytics & Reporting et Operational Excellence.

Pour davantage d'informations sur la solution Intershop ou pour convenir d'un rendez-vous pour connaître tous les avantages d'Intershop, envoyez un e-mail à inside-sales@intershop.de ou appelez-nous au 01 78 41 41 54. Le cas échéant, nous pouvons également organiser un workshop sur site avec les responsables opérationnels et informatiques de votre entreprise, afin de vous montrer comment une solution Intershop peut aider votre organisation à exploiter tous les potentiels de la transformation digitale.



Intershop Communications AG

18 rue Pasquier

75008 Paris

Téléphone : 01 78 41 41 54

www.intershop.fr

info@intershop.de

©2018 Intershop™ Communications AG. Tous droits réservés.

Toutes les marques sont la propriété de leur détenteur respectif.