

PORTRAIT

Toufik BOUDELLAL,
Directeur France

intershop®

Intershop poursuit son développement

Leader dans le domaine des plateformes e-commerce, Intershop innove en permanence pour offrir à ses clients un service complet et adapté aux évolutions du secteur. Une stratégie payante puisque de nombreux clients ont récemment fait appel à la plateforme que ce soit en France ou à l'international.

CARTE D'IDENTITÉ

Nom de l'entreprise :	Intershop
Site web :	www.intershop.com
Revenu généré sur les plateformes Intershop :	100 Mrds €
Nombre de sites e-commerce :	5 000
Nombre de collaboratrices et collaborateurs :	350
Fondée en :	1992

Pouvez-vous nous présenter votre entreprise (historique, organisation, clients) ?

Fondée en 1992, Intershop s'est établie comme un Leader dans le domaine des plateformes e-commerce. Avec une solide expérience de plus de trois décennies, nous servons plus de 400 clients à l'échelle mondiale. Une part prépondérante, soit 75 %, de notre clientèle

évolue dans le secteur du B2B. Au fil des années, Intershop a connu une transformation significative, évoluant de solutions on-premise vers un modèle SaaS, vers l'ensemble des business modèles existants (B2B, B2C, B2B2X...). Aujourd'hui, nous sommes fiers de rester constamment à la pointe de l'innovation technologique. Nous sommes également fiers de maintenir nos engagements auprès de nos clients depuis le début.

Quels sont vos principaux services ?

Intershop propose une gamme complète de services couvrant les aspects essentiels de l'e-commerce. Notre accélérateur PWA (Progressive Web App) offre une modularité indépendante du Backend, avec des services clés incluant la gestion de contenus, gestion des produits/catalogues, gestion des commandes, gestion marketing, gestion des services externes, ... La personnalisation est omniprésente sur l'ensemble des modules également. Dans le contexte B2B, nous répondons aux besoins d'organisations avec multiples rôles (acheteurs, direction des achats, gestionnaire d'agences, workflows de validation...). Intershop intègre également des fonctionnalités avancées comme le merchandising et la recommandation basés sur l'IA. Une expérience sur mesure, guidant nos clients vers des solutions optimales.

L'e-commerce est un secteur en pleine expansion boosté par la période du Covid. Comment a-t-il évolué ? Quelles sont les attentes des consommateurs ? Comment les entreprises doivent-elles s'adapter pour y répondre ?

La croissance significative du secteur du e-commerce, en particulier dans le domaine du B2B, est attribuable en grande partie à une réduction des interactions directes avec les commerciaux, souvent liée au travail à distance. Cette transition a engendré la nécessité de plateformes digitales, permettant une souplesse dans la recherche, la comparaison et la configuration de produits, l'accès à des conseils via des canaux digitaux. Les pratiques classiques, comme la visite de commerciaux avec des catalogues imprimés, ont cédé le passage à l'ère digitale. Les professionnels ont été habitués à cette approche. Les industriels ont maintenu ses process digitaux, favorisant les interactions digitales par rapport aux rencontres physiques.

La data est au cœur de votre solution. Quels sont les enjeux ?

L'e-commerce implique beaucoup d'interactions entre plusieurs acteurs (partenaires). On peut citer les clients, fabricants industriels, distributeurs, vendeurs, transporteurs, fournisseurs de solutions de paiement... Ces interactions sont des échanges dynamiques de données, évoluant tout au long du parcours d'achat du client. L'analyse des données en lignes et hors lignes permet d'améliorer la compréhension des besoins réels du client. Il est dit

que « L'important, c'est le chemin et non l'arrivée ». Pour Intershop, les parcours du client et ses besoins nous engagent à améliorer continuellement notre solution. C'est la matière première de notre R&D.

Selon vous, comment l'e-commerce peut évoluer dans les années à venir ?

Aujourd'hui, l'accent dans le e-commerce est fortement mis sur le B2B, les modèles coopératifs tels que le B2B2X (B2B2B / B2B2C) et les marketplaces (modèle compétitif). D'autres Business modèles vont surgir des besoins clients et de l'intégration de nouveaux acteurs tout au long du parcours client. Les pratiques B2C vont continuer à alimenter le B2B, comme les ventes aux enchères (pour épuiser des stocks par exemple), offrir plus d'expériences hybrides aux clients en impliquant davantage les technicommerciaux, les experts produits et services. En effet, le concept de commerce autonome gagne du terrain, avec des machines connectées capables de commander automatiquement des pièces de rechange. Cette approche, intégrée aux besoins des clients, reflète la future orientation. L'analyse des données, appuyée par l'intelligence artificielle, est le socle commun à tous les modules, qu'il s'agisse du contenu, produits, services, paiements, transports...

Quelles sont vos dernières et prochaines actualités ?

Actuellement chez Intershop, en France et à l'international, nous sommes en pleine progression. Les demandes des clients pour une plateforme e-commerce B2B sont de plus en plus forte. Nos clients optent de plus en plus pour l'utilisation de PWA (Progressive Web App), ce qui témoigne du succès de la technologie "Headless". L'arrivée de nouveaux clients comme Aliaxis, Kubota, Pack Discount, Desoutter... prouve l'importance et la souplesse d'adoption de cette technologie. Aussi, nous sommes en train de promouvoir un nouveau module, Intershop Intégration Hub (IIH). Nous avons constaté que 45%-55% des tâches d'un projet e-commerce sont liés à l'intégration. IIH permet une intégration plus fluide et flexible avec le système d'information du client. Contrairement à une architecture nécessitant de multiples connecteurs pour s'adapter à toutes les solutions, notre approche actuelle repose sur une adaptation aux différentes solutions et écosystèmes présents dans le cloud. Intershop Integration Hub permet de réduire de manière drastique les coûts d'intégration et de maintenir les montées de versions plus simplement. Nous avons déjà des nouveaux clients qui ont adopté ce module.