

## Communiqué de presse

La plateforme B2B réussit grâce au centrage sur l'utilisateur

### Ce dont le client a besoin doit être disponible

Kaiserslautern, le 14 mars 2023 : La plateforme B2B ALZURA Tyre24 est un succès sur le marché européen depuis plus de 20 ans. Fondée comme une plateforme de pneus, elle est également devenue l'une des plateformes B2B leaders du marché de l'après-vente automobile en France. Dans un monde économique toujours plus complexe, les plateformes B2B prennent de plus en plus d'importance. Elles mettent en relation les acheteurs et les vendeurs commerciaux, simplifient les processus commerciaux et offrent une grande variété de produits et de services. Pour réussir, cependant, les plateformes B2B doivent tenir compte d'un certain nombre de facteurs.

Pour Michael Saitow, PDG et fondateur de la société de commerce électronique ALZURA AG, l'opérateur d'ALZURA Tyre24, une condition essentielle au succès de sa plateforme B2B est que, contrairement au B2C, la diversité des produits d'un secteur ou d'une marque soit toujours disponible. « Si je ne trouve pas de T-shirt rouge sur une plateforme B2C, j'en achèterai un bleu ou un vert. Mais si, par exemple, une pièce de rechange pour une Audi n'est pas disponible sur une plateforme B2B automobile, je ne peux pas acheter la même pièce de rechange pour une BMW comme alternative ou simplement reporter l'achat. J'ai alors besoin de la pièce de rechange pour l'Audi. Dans ce cas, si une plateforme B2B ne dispose pas de la profondeur et de l'étendue de sa gamme de produits, il y a un risque que les clients migrent. Parce qu'il est beaucoup plus rapide de changer de fournisseur

en ligne que hors ligne. » Un autre facteur de réussite crucial pour Michael Saitow est l'orientation vers l'utilisateur. Les acheteurs dans le secteur B2B ont leurs habitudes bien ancrées et achètent souvent leurs produits au même fournisseur depuis de nombreuses années. Il vaut donc la peine d'investir beaucoup dans la gestion des relations au début, car il n'est pas facile de briser les schémas d'approvisionnement dans le B2B. De plus, les acheteurs professionnels sont habitués, dans leur vie privée, au confort de plateformes telles qu'Amazon, et une plateforme B2B devrait également offrir ce standard. Le développement agile et continu d'une plateforme en ligne B2B est donc la clé pour garantir que les produits et les processus sont conçus en fonction des besoins des utilisateurs réels, c'est-à-dire que l'utilisateur est au centre de toutes les considérations. Pour les garages, par exemple, la fiabilité est un facteur important. Les plateformes doivent être en mesure de fournir au client une déclaration définitive sur le prix et la date de livraison. « Chez ALZURA Tyre24, nous avons une gestion de la qualité très stricte afin de respecter nos engagements. Le garagiste a le choix entre le prix le plus bas ou la livraison la plus rapide », explique Michael Saitow.