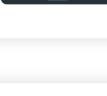


# Deux solutions essentielles pour une stratégie omnicanale réussie

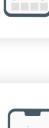
## Les clés de la réussite pour une stratégie marketplace optimisée

Représentant plus de **100 milliards d'euros en 2020**, le secteur du **e-commerce français** explose et les marketplaces sont en plein boom. Pilier stratégique pour de nombreux e-commerçants, la vente sur les places de marché a entraîné de **nombreux défis à relever**.

Comment mettre en ligne ses données et optimiser ses fiches produits ? Comment assurer la livraison et garantir la satisfaction client ? Faire le choix de tout gérer soi-même ou s'appuyer sur les bons outils, une décision capitale sur le chemin de la réussite !



**Catalogue produit optimisé**



**Disponibilité du produit**



**Délai de préparation optimisé**



**Suivi de commande**

## Valoriser sa satisfaction client grâce à la stratégie omnicanale

Une relation client entièrement personnalisée et optimisée, couplée à une anticipation des attentes clients, sont un **gain de temps et d'argent considérables pour les e-commerçants**. Concentrant leurs efforts, non plus sur leur offre mais sur leurs clients et leurs attentes, **l'omnicanalité est un moyen pour eux de faire passer l'expérience client au niveau supérieur**.

Le **TOP15** des sites les plus visités en France est composé uniquement de marketplaces\*

\*Médiamétrie – Etude propriétaire FEVAD – Novembre 2020

**Site internet du marchand**



**Récupération du catalogue produit**

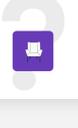


**36 %** des consommateurs apportent une grande importance à la fidélité entre les informations présentes sur le site et le produit réel\*

\*Enterprise Mirakl Index 2021



**Prix & Stock**



**Informations produit**

### Centralisation des informations shoppingfeed

En 2018, **30 %** du chiffre d'affaires e-commerce global était réalisé sur les marketplaces\*

\*Enterprise Mirakl Index 2021

**Enrichissement et mise en conformité du catalogue produit**











### Récupération et aiguillage de la commande shippingbo

**Préparation de la commande**



**Mise à jour du stock sur l'ensemble des sources de vente**



### Notification client sur l'état de sa commande



### Choix du transporteur



**72 %**

des consommateurs affirment que la livraison est un critère d'achat plus important que le prix\*

\*Enterprise Mirakl Index 2021

### Envoi du numéro de tracking

### Expédition de la commande



### Récolte de l'avis client et diffusion sur les sources de vente



**77 %**

des consommateurs lisent les commentaires avant d'effectuer un achat en ligne\*

\*Enterprise Mirakl Index 2021