septembre 2018

Orexad

Le numérique, un levier de création de valeur

Comptant plus de 130 000 références en ligne (sur un million de références au global), disponibles en temps réel et livrées à J+1, le site marchand orexad.com, lancé en 2007, s'inscrit aujourd'hui comme un service complémentaire aux points de vente du réseau dans le cadre d'un parcours client devenu omnicanal.

Pour l'enseigne du groupe Rubix, l'un des enjeux du site e-commerce est d'amener les clients du réseau à y commander directement les produits dits « consommables », c'est à dire ceux sur lesquels il n'existe que peu ou pas de prescription technique, comme les marchés de l'outillage, les accessoires ou les produits d'hygiène et de sécurité. En déplaçant naturellement une partie de la relation commerciale sur internet, Orexad cherche ainsi à recentrer ses actions terrain sur le conseil, l'étude et l'accompagnement à la mise en œuvre de solutions à forte technicité, ce qui crée de la valeur pour les clients. « *La force de notre groupe est d'être capable d'offrir un panel de solutions digitales personnalisées qui permettent de répondre aux besoins de chacun de nos clients tout en laissant l'humain et l'expertise de nos équipes au centre de la relation* » explique Audrey Boucher, Responsable E-Business France de Orexad.

Au-delà du site marchand, les Grands Comptes constituent aussi l'un des moteurs du développement numérique de l'enseigne. « *La confiance de nos clients s'appuie sur notre agilité et notre capacité à apporter toujours plus de services, notamment par la mise en place de protocoles d'interfaces dédiés. Nos outils e-business (EDI, punchout, VMI, dématérialisation fiscale) répondent également aux objectifs de productivité et de réduction des coûts globaux qu'ils attendent*.» Cette transformation numérique est également portée en interne, notamment par le développement d'outils et de supports digitaux d'aide à la décision ou à la prise de commande pour la force de vente.

Pour le groupe, le digital offre de nombreux leviers de développement. « *Nous avons pour vocation d'anticiper les évolutions de comportements clients, notamment en lien avec l'industrie 2.0 et la concentration des marchés* » précise Pierre Vanstoflegatte, PDG de Orexad-Brammer France. Le réseau développe actuellement des réflexions autour de l'intelligence artificielle (IA) et de la réalité virtuelle (VR). « En investissant massivement autour de l'écosystème numérique, nous visons à nous positionner comme la réponse la plus évidente sur le marché, tant au niveau local que national et européen. Le digital n'a qu'un seul objectif : renforcer la valeur ajoutée apportée par nos équipes sur le terrain qui disposent ainsi d'un panel d'outils permettant de faciliter le quotidien de leurs clients. »