mars 2021

Fevad

BtoB : accélération de la digitalisation des fonctions

Une étude Next Content/Médiamétrie pour la Fevad confirme qu'en 2020 la crise sanitaire a été un véritable accélérateur de la digitalisation de multiples fonctions dans les entreprises. La plupart de ces adaptations vont se transformer en évolutions profondes.

Selon les résultats d'une étude réalisée par Next Content et Médiamétrie sur les achats e-commerce en B2B, pour la Fevad (Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance), la crise sanitaire a entrainé l'accélération de la digitalisation des achats e-commerce des professionnels. 34% des clients des sites d'e-commerce BtoB considèrent ainsi que la crise sanitaire les a conduits à développer les commandes en ligne au détriment des autres canaux (e-mail, fax, magasins, agences, téléphone, prise de commande par les commerciaux). Plus des deux tiers d'entre eux estiment que ce transfert de commandes vers le canal e-commerce est désormais acquis.

« *Cette accélération du développement des commandes en ligne en B2B s'explique à la fois par un effet de demande : les clients confinés en télétravail ne disposaient plus des systèmes et équipements habituels pour procéder à leurs achats et se trouvaient donc incités à basculer vers les plates-formes e-commerce. Mais cela s'explique également par une offre importante. Compte tenu du contexte et percevant que cette accélération de la digitalisation des achats allait durer, beaucoup de distributeurs ont recentré ou accentué leurs efforts sur le digital* » commente Marc Lolivier, délégué général de la Fevad. C'est dans l'agriculture, le commerce de gros et de détail, ainsi que dans le secteur de la santé que l'on trouve les plus fortes proportions d'acheteurs qui ont accru leurs commandes sur Internet. En revanche, l'industrie et le secteur public affichent les taux les plus bas. Ainsi, dans l'industrie, 30% des acheteurs ont indiqué avoir développé leurs commandes en ligne, suite à la crise sanitaire, contre 35% dans le BTP et 44% dans l'agriculture.

Des relations transformées

Le développement du télétravail et des échanges en visio-confèrence a également fortement transformé les relations commerciales entre les distributeurs et leurs clients : diminution des rendez-vous en face à face,...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter. Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue