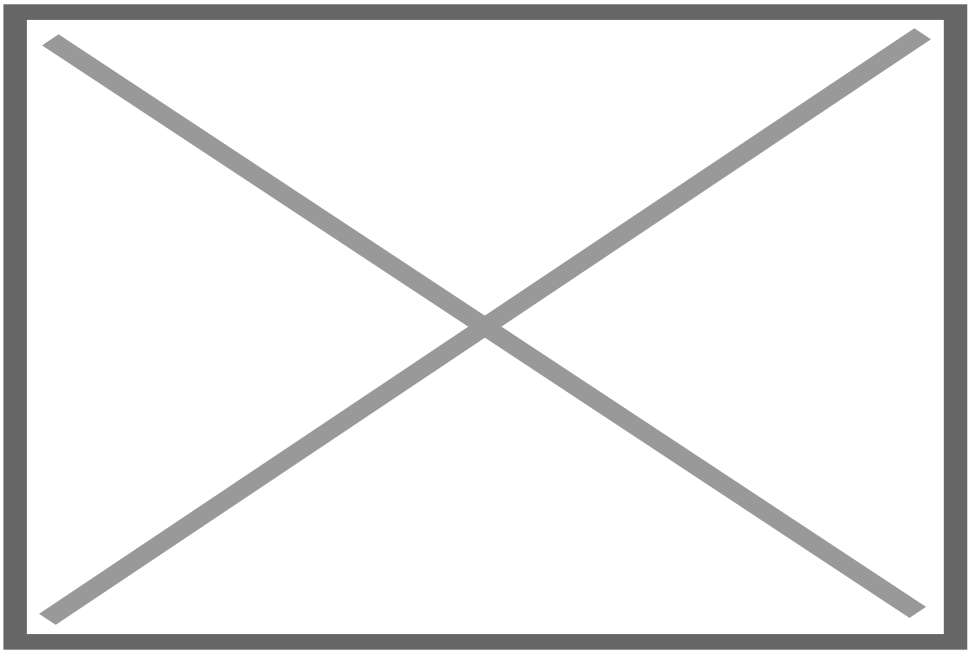
janvier 2024

ManoManoPro

Accueil / BBI / Distribution / Vente en ligne

La place de marché affiche sa confiance

La place de marché ManoMano, bien connue du grand public, s'est lancée en 2019 dans le segment professionnel avec son offre ManoManoPro. Après cinq années d'existence, la plate-forme affiche sa confiance dans l'avenir en lançant de nouveaux services propres à fidéliser une clientèle de plus en plus nombreuse.



Sur un marché européen évalué à 400 milliards d'euros et digitalisé à hauteur de seulement 10%, la marge de progression de la vente en ligne de fournitures pour les industriels reste encore importante. Les convoitises sont nombreuses et une course à la performance s'est engagée entre de nombreux commerçants spécialistes du digital, parmi lesquels ManoManoPro qui, comme l'exprime sa chief business officer Katia Hersard, « *entend garder son temps d'avance sur la concurrence* ».

Une offre étendue aux prix négociés

Dans cette perspective, la place de marché française a décliné dans le secteur professionnel la stratégie déjà en œuvre pour le grand public avec dès le début la volonté de construire un modèle international. Ouvert en France en 2019, ManoManoPro a étendu ses services à l'Espagne et à l'Italie en novembre 2020 et au Royaume-Uni et à l'Allemagne en 2022.

Pour tous ces marchés, elle a construit une plate-forme qui propose un nombre de plus en plus important de références dans les secteurs de la plomberie et de l'électricité avec en parallèle une puissante offre transversale dans l'outillage. Elle s'appuie sur un partenariat conclu avec les marques, de préférence reconnues, et aujourd'hui environ trois cents marchands pour commercialiser quelque deux millions d'articles, un assortiment qui a doublé en un an et qui s'ajoute aux seize millions de références du site ManoMano. Cette pluralité de l'offre est un des cinq piliers sur lesquels la plate-forme base sa stratégie de croissance.

Le deuxième est la promesse de prix bas toute l'année, négociés avec les partenaires. Ensuite, toujours en partenariat avec les marchands, ManoManoPro organise plusieurs temps forts commerciaux dans l'année à

l’image du récent Black Friday ; cet événement a permis à la place de marché d’enregistrer sur certains jours plus de 1,5 million d’euros de vente sur l’ensemble de ses cinq pays. Par ailleurs, ManoManoPro a initié cette année des remises sur volumes sur une...

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