

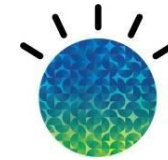


Sales Software Partner Day 2013

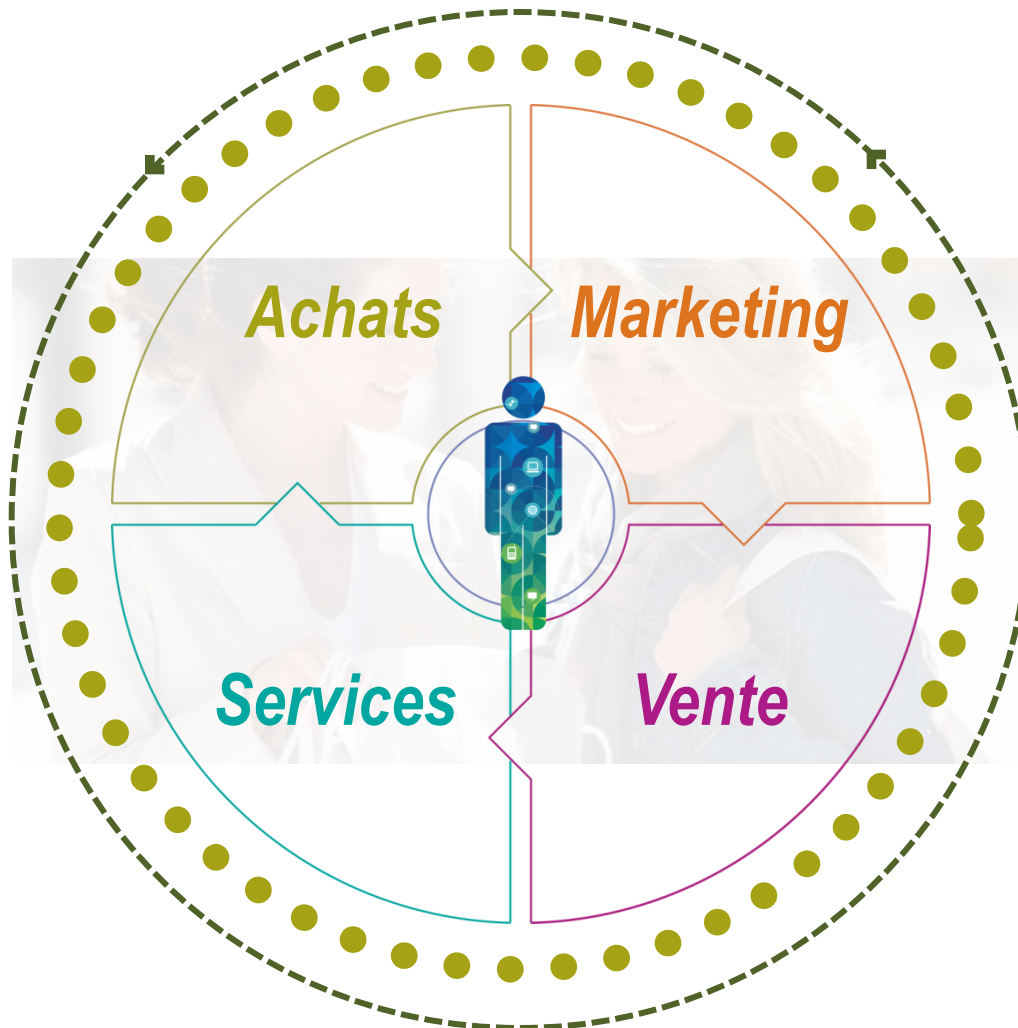
Industry Solutions
IBM Smarter Commerce

Sandrine Lebouc
Edouard Declercq





Expérience client à 360°



Achats

Synchroniser toute la chaîne pour réduire les erreurs et renseigner le client en temps réel

Marketing

Créer des offres segmentées, personnalisées et pertinentes par rapport aux attentes des clients

Services

Prévoir que le service est un composant complet de la satisfaction du client

Vente

Permettre aux clients et partenaires B2B d'acheter ce qu'ils veulent, où et quand ils le veulent



Focus sur notre solution e-commerce

Sales Play – e-commerce & ventes cross-canal

Objectif Client

Offrir au consommateur une expérience d'achat personnalisée et cross canal depuis la commande jusqu'à la livraison

Besoin Client

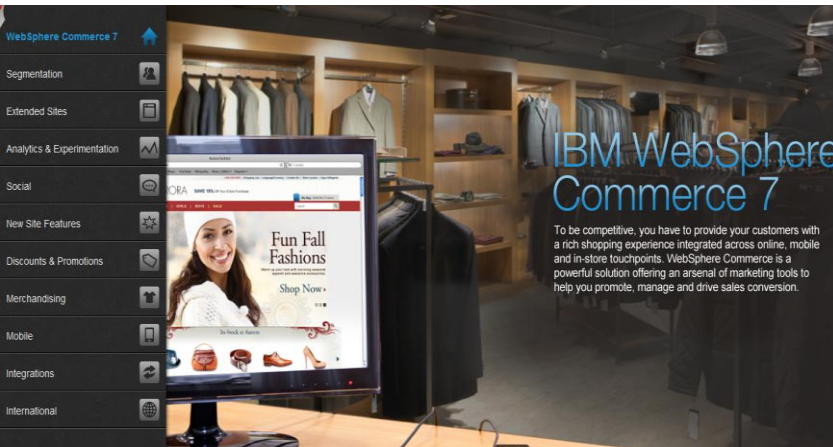
Gérer le processus de vente et exécuter les commandes de bout en bout en cross-canal

Capability Software

Engagement des clients, partenaires et employés / Selling & Fulfillment

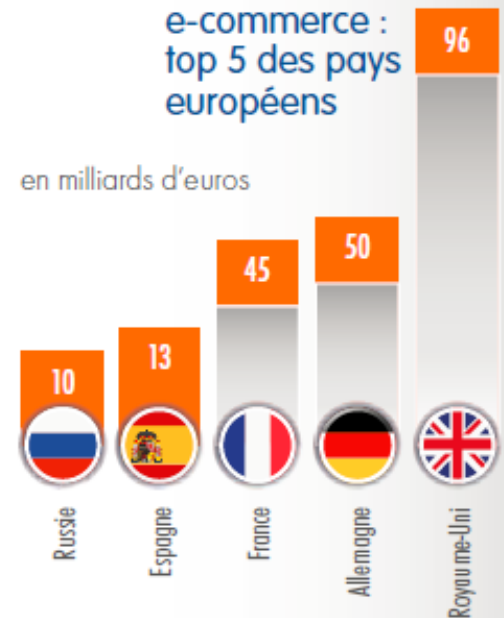
Produits

IBM WebSphere Commerce, IBM Sterling CPQ, IBM Sterling Order Management





Le marché du eCommerce en France



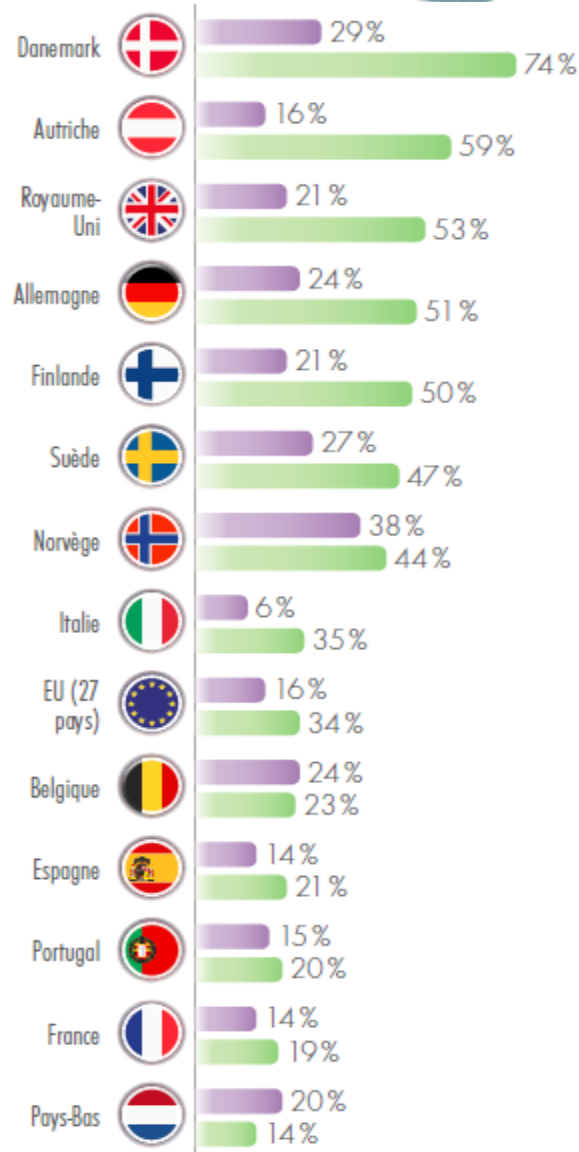
La France au **6^e** rang du commerce en ligne dans le monde

Le constat :

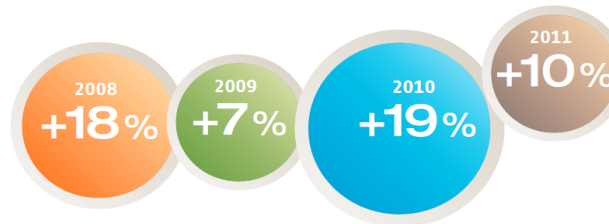
Une croissance toujours soutenue (+9% en 2012), et plus rapide que chez nos voisins.



Le marché du eCommerce B2B en France



PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE DES ACTEURS SPÉCIALISÉS



Source : Fevad, Bilan 2011

73 %

des professionnels utilisent Internet pour passer leurs commandes ; 32 % exclusivement Internet

Source : Fevad / CCM Benchmark, janvier 2012

Le constat :

Le B2B est un gisement de croissance à ne pas négliger.

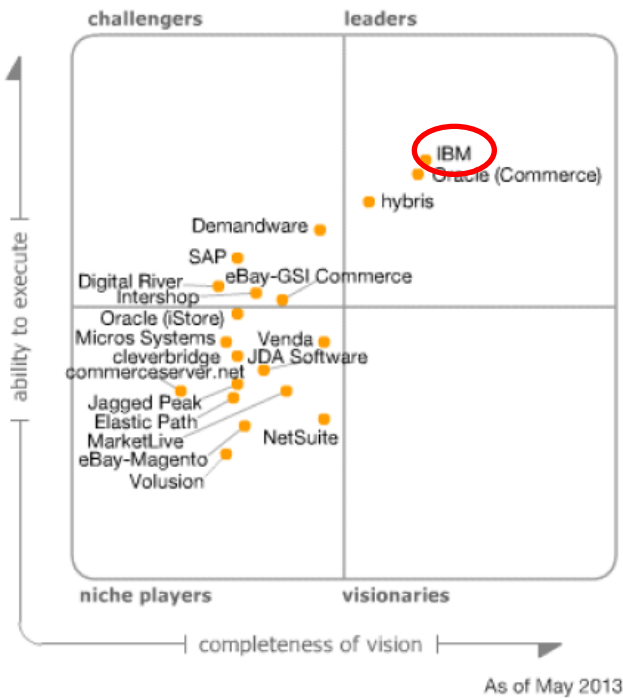
La concurrence y est par ailleurs plus restreinte que sur le B2C

● entreprises qui vendent en ligne en 2012

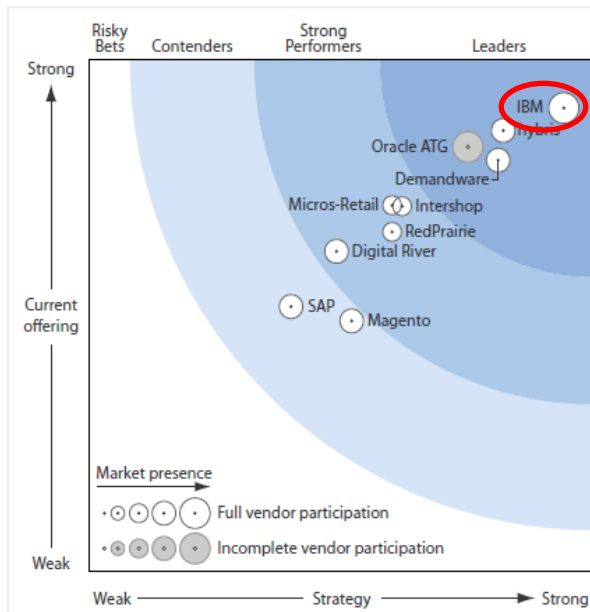
● entreprises ayant effectué des achats en ligne en 2012



vue par les analystes

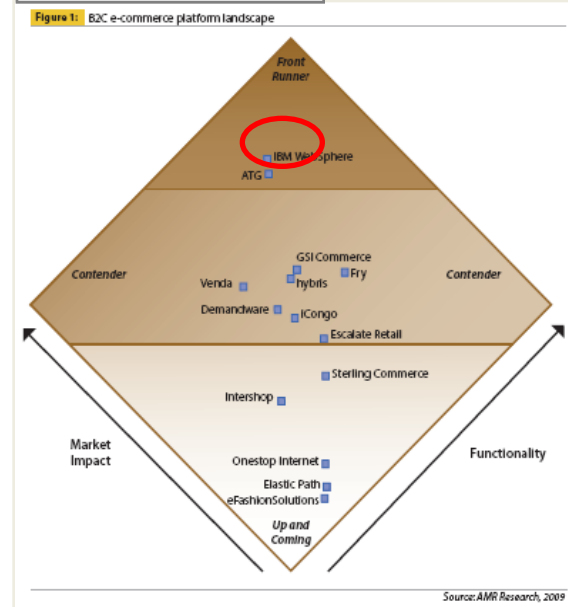


Source: Gartner (May 2013)



The Forrester Wave™: B2C Commerce Suites, Q3 2012

Le constat :
A l'instar du marché, les analystes nous positionnent depuis plus de 10 ans comme leaders du marché.



Source: AMR Research E-Commerce Platform Vendor Landscape, 3Q 2009

IBM WCS Commerce & Order Management - 2013 Top Retail



STAPLES

Sears

COSTCO WHOLESALE



Walmart

DAVID'S BRIDAL



SCHOLASTIC

DICK'S SPORTING GOODS



SONY

L.L.Bean

LOWE'S

abercrombie

follett.com



THE CHILDREN'S PLACE

MSC Industrial Supply Co.

AVON

American Girl

Moosejaw

LUXOTTICA

LifeWay

FOSSIL

IKEA

Top 100	2 ● Staples Inc.
	4 ● Walmart.com
	5 ● Liberty Interactive Corp. (QVC)
	6 ● Sears Holdings Corp.
	10 ● Best Buy Co.
	16 ● Costco Wholesale Corp.
	17 ● Sony Electronics Inc.
	18 ● Target Corp.
	19 ● Gap Inc. Direct
	23 ● HP Home & Home Office Store
	26 ● Kohl's Corp.
	28 ● Nordstrom Inc.
	29 ● L.L. Bean Inc.
	34 ● J.C. Penney Co. Inc.
	35 ● MSC Industrial Supply Co. Inc.
	37 ● Saks Direct
	42 ● Avon Products Inc.
	44 ● Lowe's Cos. Inc.
	45 ● Cabela's Inc.
	46 ● The Home Depot Inc.
47 ● Abercrombie & Fitch Co.	
48 ● Urban Outfitters Inc.	
53 ● GameStop Corp.	
58 ● 1-800-Flowers.com Inc.	
61 ● Weight Watchers International Inc.	
62 ● Ralph Lauren Media LLC	
67 ● Recreational Equipment Inc.	
71 ● Follett Higher Education Group	
72 ● Nike Inc.	
73 ● Scholastic Inc.	
83 ● Disney Store USA LLC	
90 ● Bass Pro Outdoor Online LLC	
94 ● Dick's Sporting Goods Inc.	
99 ● Northern Tool + Equipment	



KOHL'S

NORDSTROM

jcpenney

Cabela's

urban outfitters

GameStop



BARB ESSENTIALS

DSW



Top 200	112 ● The Children's Place Retail Stores Inc.
	113 ● VF Corp.
	116 ● American Girl LLC
	117 ● DSW Inc.
	121 ● Safeway Inc.
	132 ● Harry and David Holdings Inc.
	136 ● Luxottica Group S.p.A.
	138 ● Dillard's Inc.
	158 ● Hudson's Bay Co.
	166 ● Brown Shoe Co.
Top 300	173 ● Coach Inc.
	175 ● LifeWay Christian Resources
	190 ● Crucial Technology
	191 ● JoS. A. Bank Clothiers Inc.
	196 ● Crocs Inc.
	199 ● Hallmark Cards Inc.
	205 ● Fossil Inc.
	217 ● Panasonic Corp. of North America
	244 ● PETCO Animal Supplies Inc.
	260 ● IKEA.com
Top 400	265 ● Performance Inc.
	266 ● BJ's Wholesale Club
	268 ● Moosejaw Mountaineering
	273 ● New York & Co. Inc.
	285 ● Sam Ash Music Corp.
	294 ● The Men's Wearhouse Inc.
	309 ● Tractor Supply Co.
	315 ● Bealls Inc.
	353 ● Forever 21
	355 ● Bare Escentuals Inc.
Top 500	369 ● David's Bridal Inc.
	390 ● West Marine Products
	400 ● Advance Auto Parts Inc.
	441 ● ALDO Group
	469 ● hhgregg Appliances Inc.



Lee

Wrangler

VANS

hhgregg

Weight Watchers

HUDSON'S BAY

Harry & David

COACH

JO'S.A.BANK

PETCO
Where the pets go.

BJ's
WHOLESALE CLUB

BEALLS

FOREVER 21

THE HOME DEPOT



1-800 flowers

MEN'S WEARHOUSE



crocs



SAKS FIFTH AVENUE

Hallmark

NEW YORK & COMPANY

ALDO

BON-TON

Commerce Order Management

* Removed/Altered logos that incorrectly reported platform



La plateforme WCS : les faits (Top 20 du marché eCommerce US)

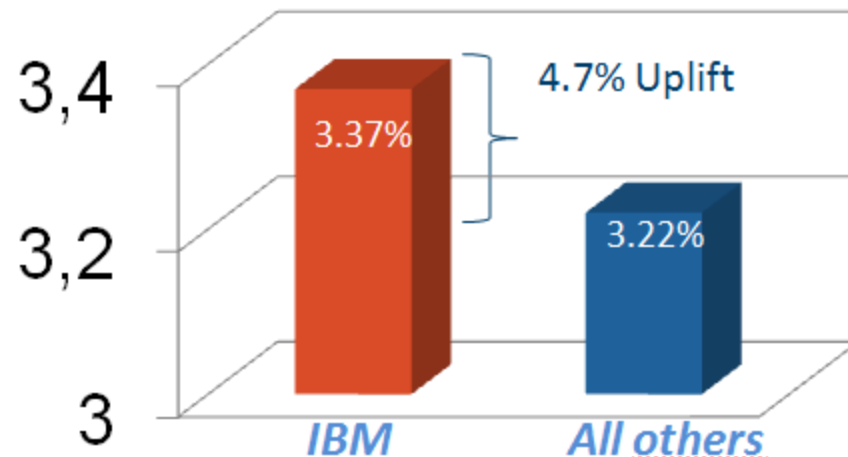


Internet Retailer 2012 - Top 20

	IR Rank	2011 Web Sales (\$ billion)	Conversion Rate
IBM			
Staples Inc.	2	\$10.60	9.9%
Office Depot Inc.	6	\$4.10	9.6%
Sears Holdings Corp.	8	\$3.60	5.0%
Macy's Inc.	14	\$2.20	3.4%
Sony Electronics Inc.	16	\$1.98	3.4%
L.L. Bean Inc.	18	\$1.70	8.1%
		Average	7.1%
Oracle			
Apple Inc.	3	\$6.66	1.0%
Walmart.com	4	\$4.90	2.4%
Best Buy Co.	11	\$2.95	2.4%
OfficeMax Inc.	12	\$2.90	7.5%
J.C. Penney Co. Inc.	20	\$1.59	2.7%
		Average	3.2%
Hybris			
W.W. Grainger Inc.	15	\$2.19	8.7%
Adidas America Inc.	212	\$0.08	1.8%
		Average	Insufficient Data

Le constat :

Les clients équipés de la plateforme eCommerce IBM enregistrent des taux de transformation supérieurs de 4.7% à ceux de leurs concurrents



*As reported by Internet Retailer Top 500 2012

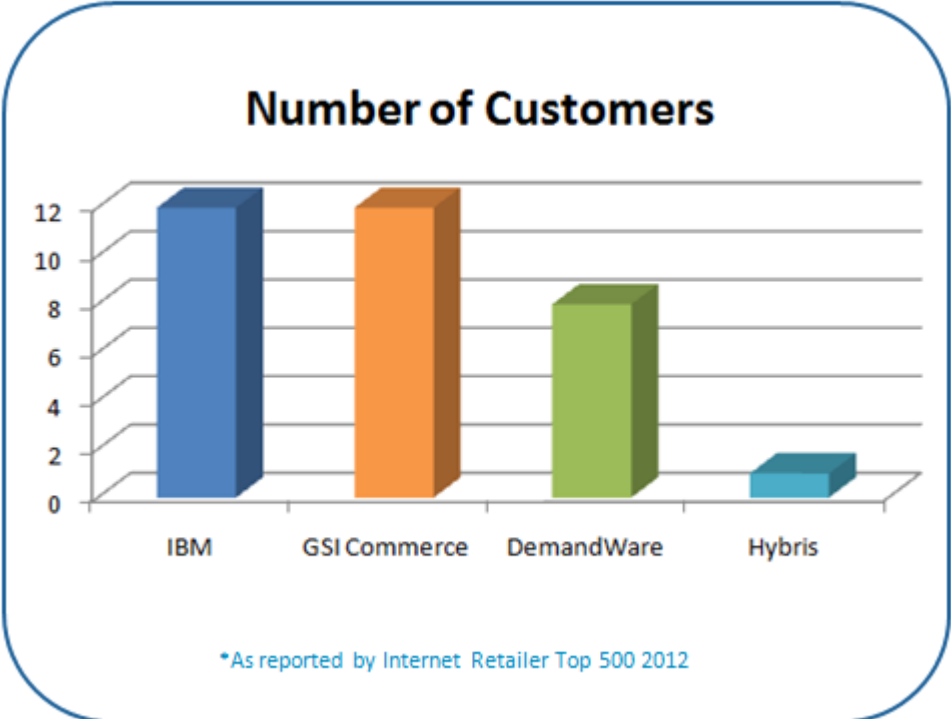














La plateforme WCS : les faits (midmarket eCommerce US)



Internet Retailer 2012			
	IR Rank	Web Sales (\$ million)	Conversion Rate (%)
IBM			
Panasonic Corp. of North America	191	\$88.05	1.00
Performance Inc.	237	\$61.90	2.10
IKEA.com	243	\$58.00	1.10
BJ's Wholesale Club	244	\$56.60	1.00
TimeLife.com	258	\$54.04	4.50
Sam Ash Music Corp.	264	\$52.02	5.00
Moosejaw Mountaineering	276	\$49.20	2.55
Boscov's Department Store LLC	284	\$44.00	2.20
West Marine Products	313	\$38.00	1.60
Bealls Inc.	338	\$33.00	4.30
David's Bridal Inc.	344	\$31.10	0.43
Advance Auto Parts Inc.	385	\$26.54	0.30
		Average	2.17
GSI Commerce			
Zale Corp.	190	\$90.00	1.00
General Nutrition Centers Inc.	203	\$81.01	4.00
The Sports Authority Inc.	230	\$66.10	1.40
RadioShack Corp.	275	\$49.99	0.85
Christopher & Banks	296	\$41.04	2.45
PetSmart Inc.	315	\$37.00	0.90
National Hockey League	316	\$37.00	3.48
Timberland LLC	334	\$33.50	1.56
Charlotte Russe Holding Inc.	364	\$29.00	1.20
Levi Strauss & Co.	365	\$28.44	1.75
Spanx Inc.	382	\$27.05	2.50
iRobot Corp.	397	\$25.08	1.10
		Average	1.85
DemandWare			
Crocs Inc.	183	\$95.90	2.30
Living Direct Inc.	239	\$59.00	2.20
Tory Burch LLC	240	\$59.00	2.15
Columbia Sportswear Co.	257	\$54.50	2.30
CPO Commerce Inc.	263	\$53.00	2.00
Frederick's of Hollywood Inc.	321	\$35.70	1.80
Callaway Golf Interactive	329	\$34.40	1.80
Bare Escentuals Inc.	335	\$33.24	2.00
		Average	2.07
Hybris			
Adidas America	212	\$77.94	1.76

Le constat :
 IBM est aussi leader des solutions midmarket
 avec également un taux de transformation supérieur à celui de nos concurrents



Trafic	Sites émergents	Petits sites	Sites moyens	Grand sites	Très grands sites	Acteurs majeurs
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●

Source : Benchmark des solutions e-commerce France – NBS, Juin 2013



WCS – CaaS (Commerce as a service)

Le meilleur des 2 mondes



UNE SOLUTION ECOMMERCE LEADER DU MARCHÉ



UN DEPLOIEMENT RAPIDE



UNE TARIFICATION SIMPLIFIÉE ET TRANSPARENTE



WebSphere.
Commerce

ORACLE
ATG WEB COMMERCE

hybris

INTERSHOP
The E-Commerce Company

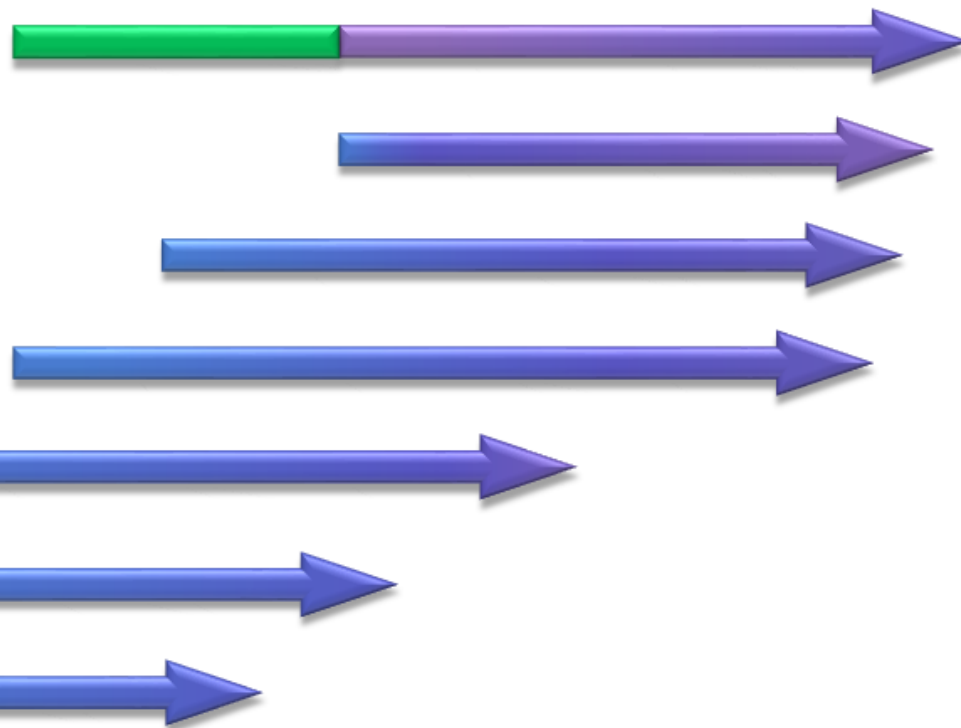
Magento

Change

DRUPAL
COMMERCE

J
A
V
A

P
H
P



Turnover expected	0 - 2 M€	2 - 20 M€	20 - 200 M€	> 200 M€
Build budget (*)	7 - 20 K€	20 - 50 K€	50 - 300 K€	0.3 - 2 M€
Run budget (**)	5 K€	10 - 30 K€	30 - 200 K€	0.2 - 1 M€

Positionnement du CaaS



LAPEYRE

- Remplacer leur site B2C existant par une solution intégrant de la gestion de contenu, de la personnalisation et un moteur de recherche performant
- Implémenter une stratégie cross-canal avec leurs magasins

➔ **WCS B2C**



HARTMANN

- Mettre en place un portail pour la prise de commandes et le service des clients B2B
- Adapter l'offre, les conditions commerciales et modalités de commandes en fonction du client

➔ **WCS B2B**



MILLÉSIMA
BORDEAUX

- Déployer rapidement des sites dans de nouveaux pays
- S'affranchir des contraintes IT pour se concentrer sur l'animation commerciale du site

➔ **WCS as a service + IBM Digital marketing Optimization**



... et bien plus !



- Des écrans d'**administration** à la **main des métiers** (marketing, commercial, ...) pour **alimenter** et **animer** l'eCommerce
- Un **site mobile optimisé** pour l'essentiel du parc des téléphones et tablettes
- De nombreuses pré intégrations avec les solutions leader sur leur marché : **avis client**, **analytics**, **Web-To-Chat**, **paiement**, ...
- Une flexibilité et une évolutivité garanties : des "**Valuable Packages**" qui permettent de **croître efficacement** et au **rythme souhaité**
- Des **flux** au service du **cross-canal** disponibles **out-of-the-box**
- Le **support** de spécialistes accessible en **24/7**





Solutions Commerce – Contacts



– Channel

- Vanessa Henry, Channel Manager, vanessa.henry@fr.ibm.com

– Sales

- Pascale Grabowski, Commerce Segment Leader, pascale_grabowski@fr.ibm.com

– Technical sales

- Edouard Declercq, Commerce solutions Architect, declercq@fr.ibm.com

– Marketing

- Sandrine Lebouc, Field Marketing Manager, sandrinelebouc@fr.ibm.com, 06 08 37 5 154



MERCI !

