

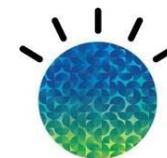


# Sales Software Partner Day 2013

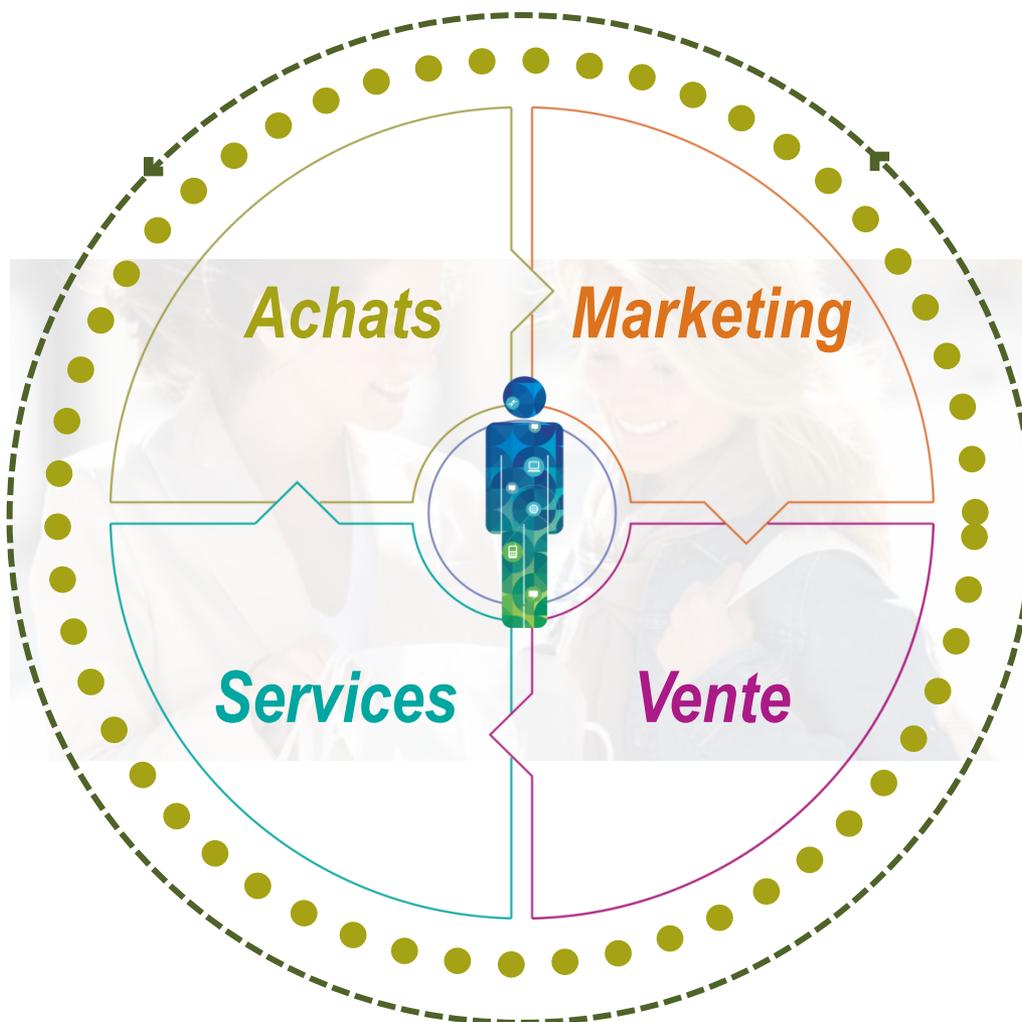
Industry Solutions  
IBM Smarter Commerce

*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

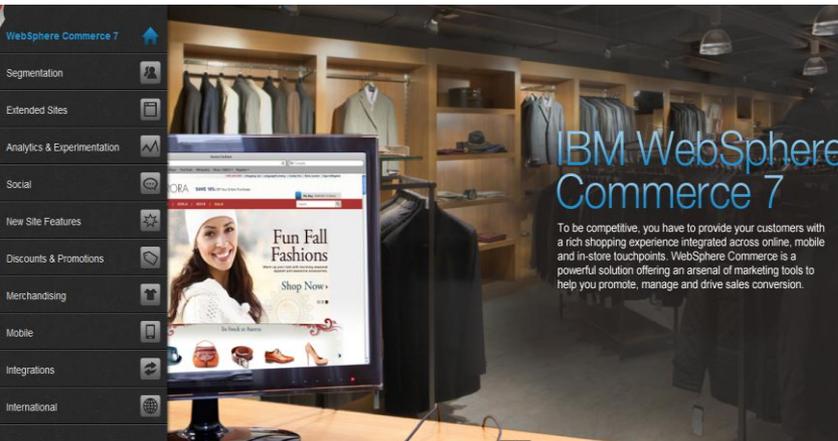
Gérer le processus de vente et exécuter les commandes de bout en bout en cross-canal

### 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



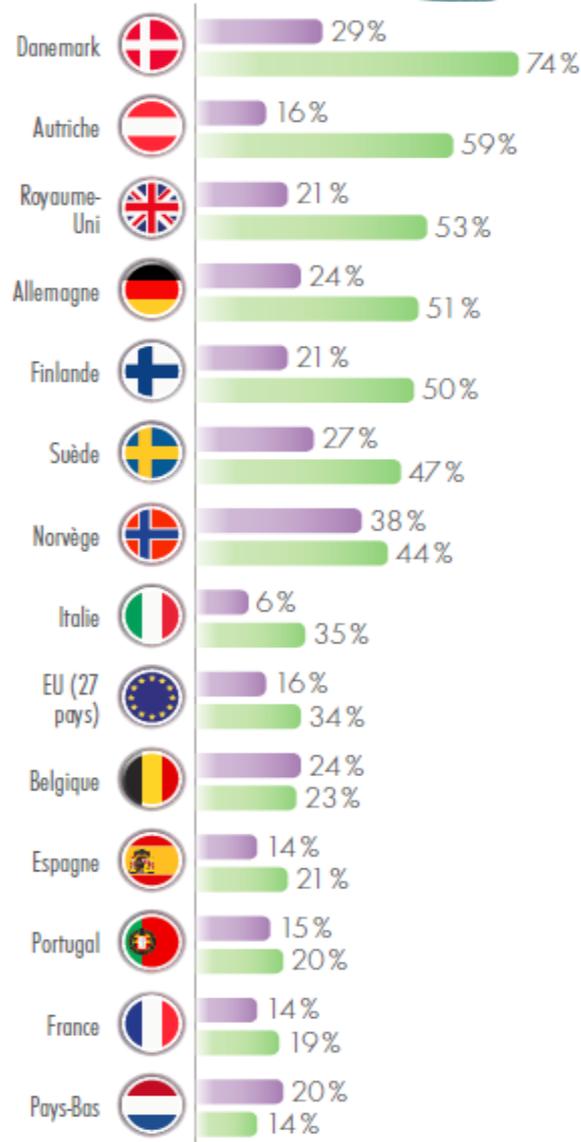
La France au **6<sup>e</sup>** rang du commerce en ligne dans le monde

## 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.*

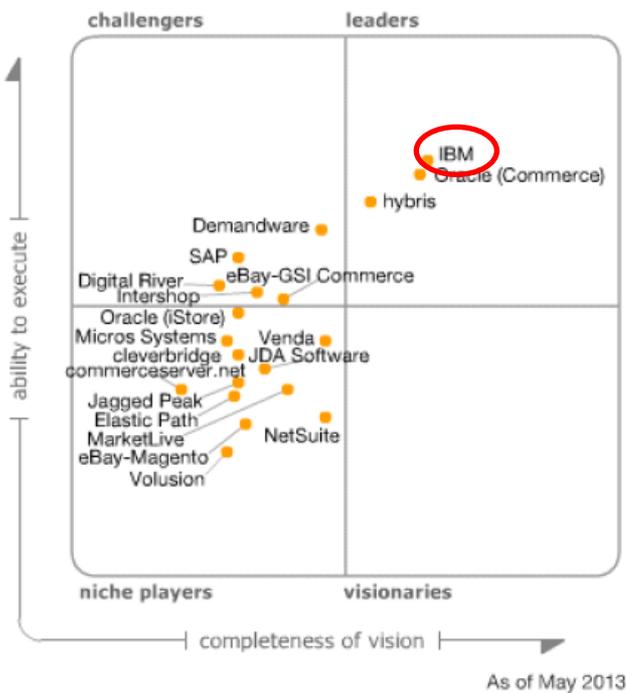
*La concurrence y est par ailleurs plus restreinte que sur le B2C*

● entreprises qui vendent en ligne en 2012

● entreprises ayant effectué des achats en ligne en 2012



# vue par les analystes

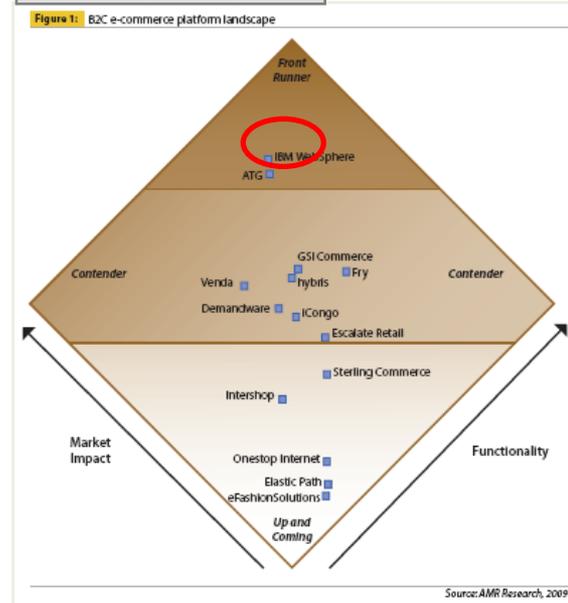


Source: Gartner (May 2013)



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

KREI



BARB ESSENTIALS

DSW

TIFFANY & CO.

theVitamin Shoppe

|         |  |
|---------|--|
| Top 200 | <ul style="list-style-type: none"> <li>112 ● The Children's Place Retail Stores Inc.</li> <li>113 ● VF Corp.</li> <li>116 ● American Girl LLC</li> <li>117 ● DSW Inc.</li> <li>121 ● Safeway Inc.</li> <li>132 ● Harry and David Holdings Inc.</li> <li>136 ● Luxottica Group S.p.A.</li> <li>138 ● Dillard's Inc.</li> <li>158 ● Hudson's Bay Co.</li> <li>166 ● Brown Shoe Co.</li> <li>173 ● Coach Inc.</li> <li>175 ● LifeWay Christian Resources</li> <li>190 ● Crucial Technology</li> <li>191 ● JoS. A. Bank Clothiers Inc.</li> <li>196 ● Crocs Inc.</li> <li>199 ● Hallmark Cards Inc.</li> </ul> |
| Top 300 | <ul style="list-style-type: none"> <li>205 ● Fossil Inc.</li> <li>217 ● Panasonic Corp. of North America</li> <li>244 ● PETCO Animal Supplies Inc.</li> <li>260 ● IKEA.com</li> <li>265 ● Performance Inc.</li> <li>266 ● BJ's Wholesale Club</li> <li>268 ● Moosejaw Mountaineering</li> <li>273 ● New York &amp; Co. Inc.</li> <li>285 ● Sam Ash Music Corp.</li> <li>294 ● The Men's Wearhouse Inc.</li> </ul>  |
| Top 400 | <ul style="list-style-type: none"> <li>309 ● Tractor Supply Co.</li> <li>315 ● Bealls Inc.</li> <li>353 ● Forever 21</li> <li>355 ● Bare Escentuals Inc.</li> <li>369 ● David's Bridal Inc.</li> <li>390 ● West Marine Products</li> <li>400 ● Advance Auto Parts Inc.</li> </ul>  |
| Top 500 | <ul style="list-style-type: none"> <li>441 ● ALDO Group</li> <li>469 ● hhgregg Appliances Inc.</li> <li>475 ● The Bon-Ton Stores Inc.</li> </ul>   |



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

POLO RALPH LAUREN

1-800 flowers

MEN'S WEARHOUSE

Disney STORE

crocs

BROWN SHOE COMPANY

SAKS FIFTH AVENUE

Hallmark

NEW YORK & COMPANY

ALDO

BON-TON

Commerce Order Management

\* Removed/Altered links that incorrectly reported platform



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

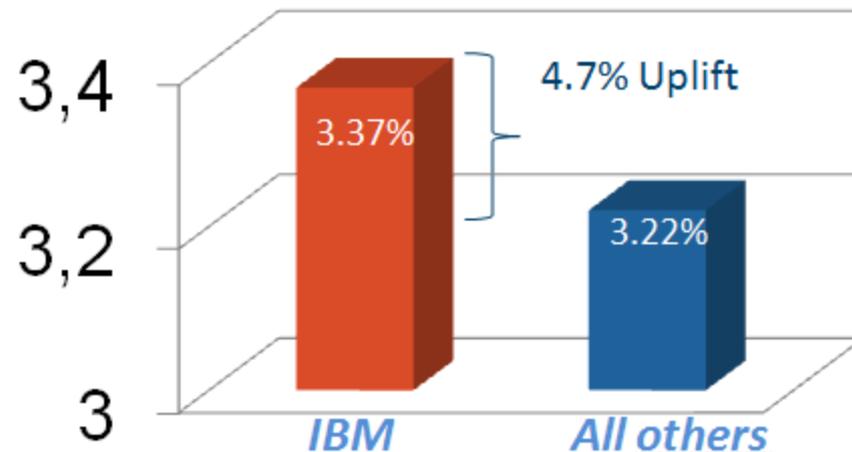


## Internet Retailer 2012 - Top 20

|                       | IR Rank | 2011 Web Sales<br>(\$ billion) | Conversion<br>Rate           |
|-----------------------|---------|--------------------------------|------------------------------|
| <b>IBM</b>            |         |                                |                              |
| 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%                         |
|                       |         | <b>Average</b>                 | <b>7.1%</b>                  |
| <b>Oracle</b>         |         |                                |                              |
| 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%                         |
|                       |         | <b>Average</b>                 | <b>3.2%</b>                  |
| <b>Hybris</b>         |         |                                |                              |
| W.W. Grainger Inc.    | 15      | \$2.19                         | 8.7%                         |
| Adidas America Inc.   | 212     | \$0.08                         | 1.8%                         |
|                       |         | <b>Average</b>                 | <b>Insufficient<br/>Data</b> |

## 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

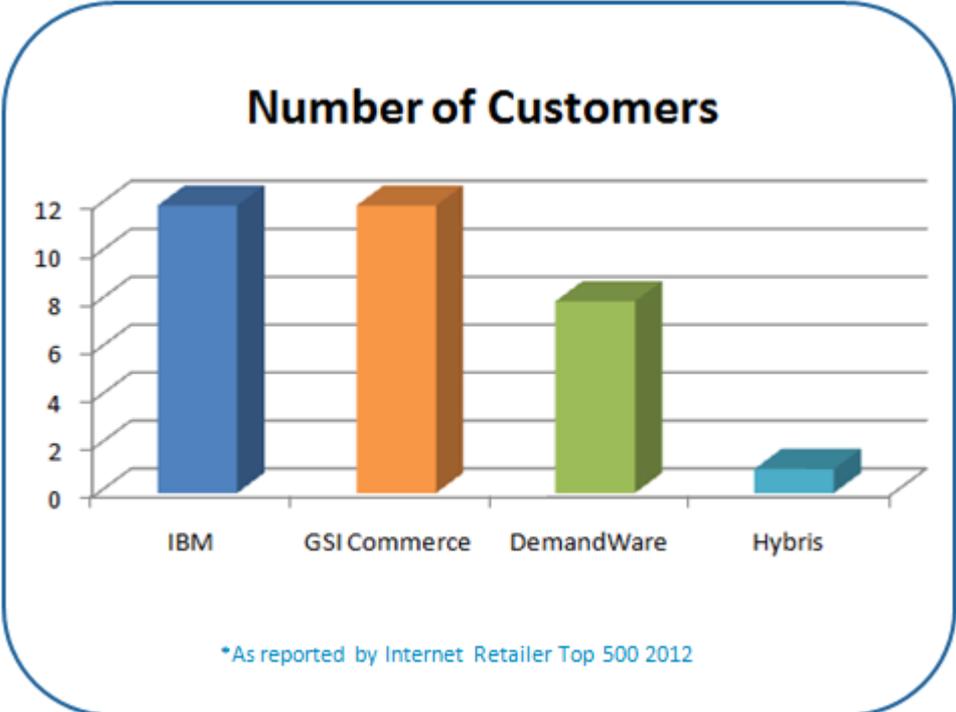


# La plateforme WCS : les faits (midmarket eCommerce US)



| Internet Retailer 2012           |         |                        |                     |
|----------------------------------|---------|------------------------|---------------------|
|                                  | IR Rank | Web Sales (\$ million) | Conversion Rate (%) |
| <b>IBM</b>                       |         |                        |                     |
| 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                |
|                                  |         | <b>Average</b>         | <b>2.17</b>         |
| <b>GSI Commerce</b>              |         |                        |                     |
| 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                |
|                                  |         | <b>Average</b>         | <b>1.85</b>         |
| <b>DemandWare</b>                |         |                        |                     |
| 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                |
|                                  |         | <b>Average</b>         | <b>2.07</b>         |
| <b>Hybris</b>                    |         |                        |                     |
| 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   |
|--|---|---|---|---|---|---|
| <br>ATG WEB COMMERCE      |    |    |    |    |    |  |
|                            |    |    |    |    |    |  |
|                           |    |    |    |    |    |  |
| <br>The E-Commerce Company |    |    |    |    |    |  |
|                            |    |    |     |    |    |   |
|                           |    |    |    |    |   |   |
|                            |    |    |    |    |   |   |
|                            |    |    |    |    |   |   |
|                          |  |  |   |  |   |   |
|                          |  |  |   |  |  |   |
|                          |  |  |   |  |  |   |
|                          |  |  |  |  |   |   |

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**

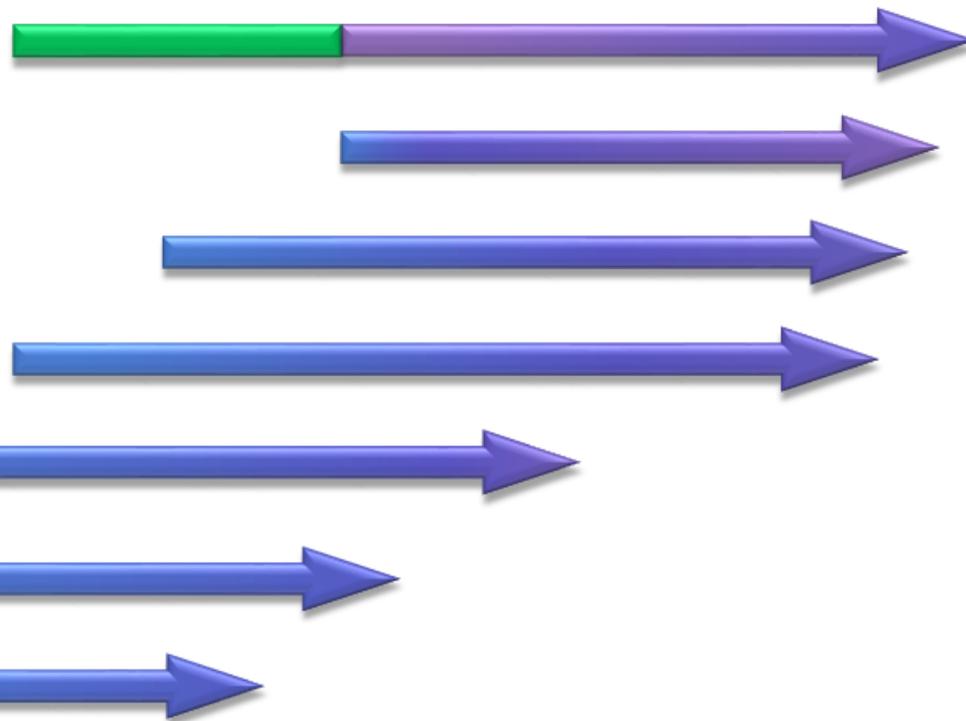
**INTERSHOP™  
The E-Commerce Company**

**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**



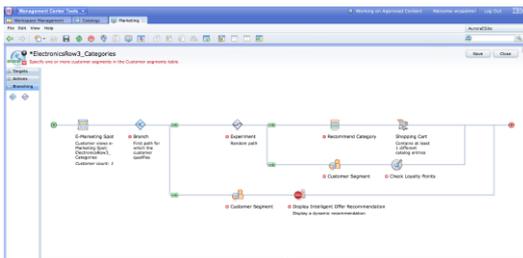
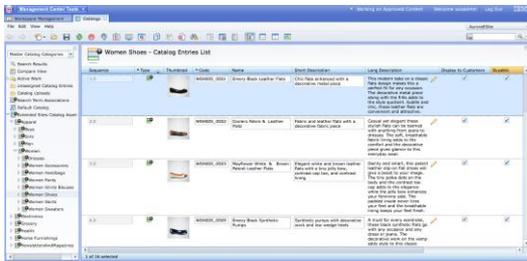
**MILLÉSIMA**  
BORDEAUX

- 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**



# Des centaines de fonctionnalités à portée de clic ...



- Un **moteur de personnalisation** et de **searchandizing** sans égal sur le marché
- Un **starter store** embarquant les **best-practices** en matière d'ergonomie, SEO entièrement paramétrables
- **Fonctions multi-canal** disponibles nativement pour mieux appréhender l'omnicanal
- Un **catalogue** produits et services enrichi à **diffusion multi-canal**
- Le déploiement **multi-catalogues, multi-marques, multi-pays** simplifié et exploitable en un temps très court
- Des capacités d'**animation commerciale**, de **promotions** au service de la performance
- Des **plugin sociaux** et social sign-in (**Facebook Connect**) qui lèvent les freins à la création de compte



## ... 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](mailto:vanessa.henry@fr.ibm.com)

## – Sales

- Pascale Grabowski, Commerce Segment Leader, [pascale\\_grabowski@fr.ibm.com](mailto:pascale_grabowski@fr.ibm.com)

## – Technical sales

- Edouard Declercq, Commerce solutions Architect, [declercq@fr.ibm.com](mailto:declercq@fr.ibm.com)

## – Marketing

- Sandrine Lebouc, Field Marketing Manager, [sandrinelebouc@fr.ibm.com](mailto:sandrinelebouc@fr.ibm.com), 06 08 37 5 154



**MERCI !**

