

E-COMMERCE / MAPPING

UN MAPPING POUR DÉCOUVRIR LES DERNIÈRES INNOVATIONS E-COMMERCE

3 MARS 2020 | OSCAR MAJORCZYK | AUSTIN COMMENTAIRE | 802 VUES | 7 MINUTES DE LECTURE

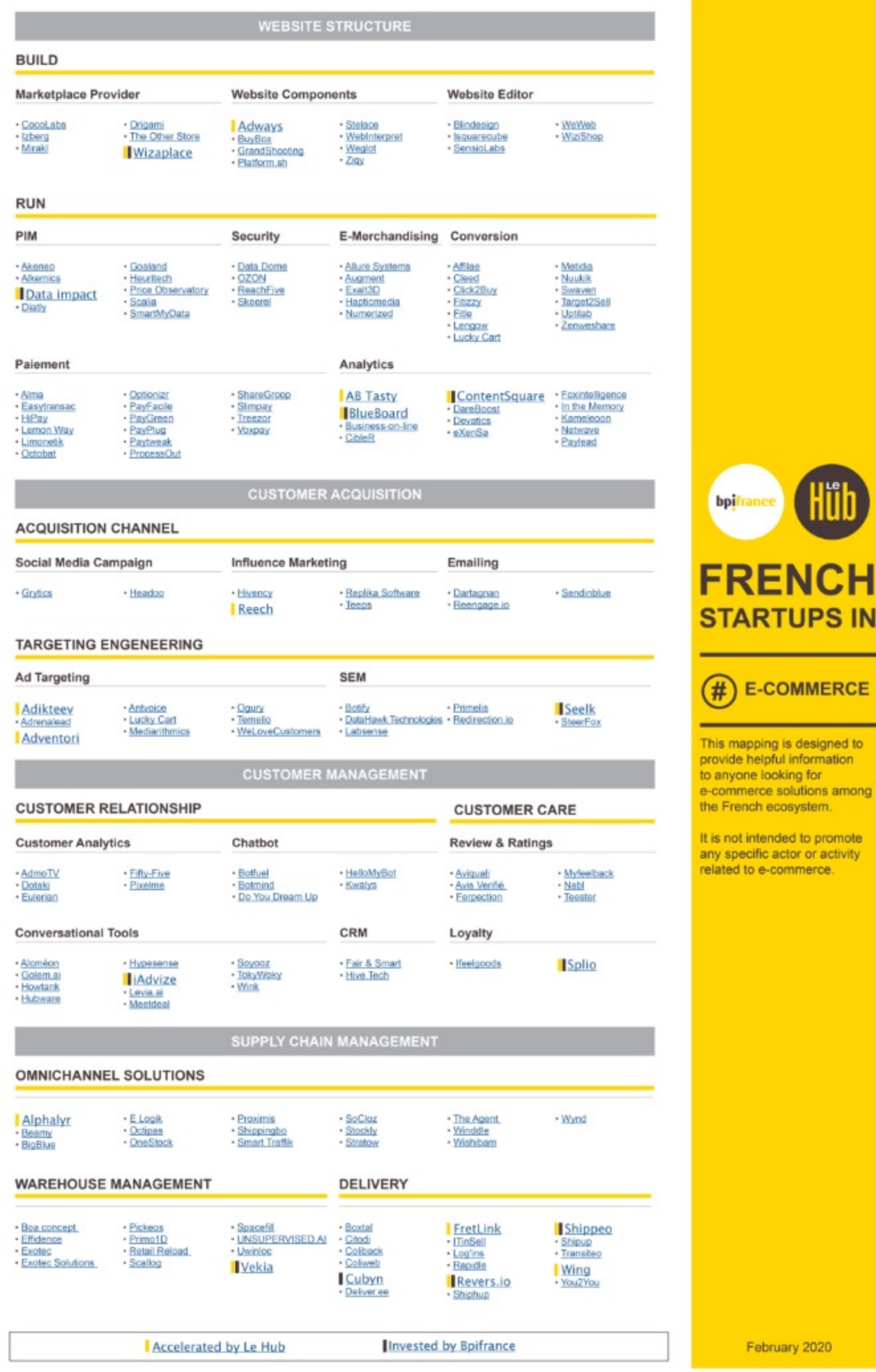
1 SHARES



Au cours de ces 10 dernières années, les habitudes d'achats ont considérablement évolué, et en conséquence, les pratiques commerciales ont dû s'adapter. C'est évidemment le e-commerce qui a redistribué les cartes : il est désormais incontournable pour les détaillants de toutes les tailles.

L'année 2019 a ainsi été marquée par le franchissement de la barre symbolique des 100 milliards d'euros de chiffre d'affaires du e-commerce en France. Selon la Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance (FEVAD), on observe une croissance des ventes de 11,6% par rapport à 2018, avec un total des ventes de produits et de services de 103,4 milliards d'euros. Les 190 000 sites marchands recensés cumulent 1,7 milliard de transactions (+15,7%), pour un panier moyen s'élevant à environ 60 €. La France a vu ses ventes quadrupler depuis 10 ans, et les perspectives pour 2020 annoncent une progression constante avec 2 milliards de transactions pour 115 milliards de CA. Ces chiffres sont encourageants sachant que la vente de produits en ligne ne représente encore que 10% de l'ensemble du commerce de détail français. À titre de comparaison, ce taux atteint 14% aux Etats-Unis, 22% en Grande-Bretagne et 25% en Chine.

Depuis une dizaine d'années, nous observons des évolutions majeures sur plusieurs axes : le site web, vitrine et analyse data ; le client, acquisition et relation ; et la logistique. De nombreuses startups ont ainsi émergé, proposant de nouvelles briques technologiques favorisant la croissance de la vente en ligne. Ce mapping édité par les équipes du Hub Bpifrance contient un panorama de plus de 170 startups du secteur.



FRENCH STARTUPS IN E-COMMERCE

This mapping is designed to provide helpful information to anyone looking for e-commerce solutions among the French ecosystem.

It is not intended to promote any specific actor or activity related to e-commerce.

February 2020

TÉLÉCHARGER LE MAPPING CLIQUABLE EN PDF

SITE INTERNET / WEBSITE STRUCTURE

Il y a encore quelques années, l'édition d'un site internet s'avérait complexe et le recours à une agence était fréquent. On constate désormais que l'accès à l'édition de site internet / marketplace est de plus en plus facile avec l'apparition de solutions clés en main telle que **Wizaplace** qui permet de créer sa marketplace tout-en-un. Par ailleurs, on note également ces sites d'outils d'analyse afin de comprendre comment les utilisateurs interagissent avec la plateforme afin de personnaliser au maximum l'expérience utilisateur. **ContentSquare** en a fait sa spécialité en permettant d'améliorer le parcours client sur toutes les plateformes digitales.

D'autres acteurs, à l'instar de **Data Impact**, permettent d'obtenir une analyse d'information produit globale (prix, promotion, photo...) et se positionnent comme des outils d'aide à la décision stratégique. On observe également l'apparition de nouvelles fonctionnalités dédiées à l'expérience utilisateur, notamment pour personnaliser des contenus, avec **Zeneshare** par exemple, ou encore pour visualiser des articles en 3D, comme le permet **Numerized**.

L'ACQUISITION CLIENT / CUSTOMER ACQUISITION

Afin de se faire connaître et de développer ses ventes, les techniques d'acquisition client ne cessent d'évoluer. En effet, les dépenses en publicité numérique ont dépassé celles de la télévision depuis 2016. La majorité des campagnes marketing sont désormais digitales, avec le recours à la publicité ciblée, à des techniques de référencement, d'emailing ou encore aux réseaux d'influences. Néanmoins, identifier et acquérir de nouveaux clients avec de bons messages sur les bons canaux de diffusion reste un véritable challenge dans des environnements très concurrentiels.

C'est ce qui explique pourquoi certaines startups se sont spécialisées sur une brique spécifique du tunnel d'acquisition, comme **Reech** qui accompagne les entreprises dans la jungle des campagnes d'influence marketing. Leur solution permet d'identifier les influenceurs pertinents et de mesurer l'impact d'une collaboration. Relevance également **Adikitey**, qui développe son expertise sur les campagnes mobile avec l'App retargeting et permet ainsi d'augmenter la conversion client.

VOUS SOUHAITEZ ENTRER EN CONTACT AVEC DES STARTUPS INNOVANTES ?

RENDEZ-VOUS SUR NOTRE PLATEFORME DE MISE EN RELATION BUSINESS

RELATION CLIENT / CUSTOMER MANAGEMENT

Les entreprises ont tendance à passer d'une vision centrée sur le produit à une brique centrée sur le client. Logiquement, elles cherchent donc à créer une expérience plus proche du retail, notamment en analysant la data, en personnalisant le parcours d'achat, en échangeant via des chats, ou en développant les programmes de fidélisation. En fait, de nombreux outils et services ont vu le jour afin d'humaniser la relation a priori désincarnée proposée par le e-commerce. **Advize**, par exemple, avec sa solution de plateforme conversationnelle, permet de personnaliser l'expérience client en l'orientant vers un interlocuteur réel. **Sallo**, permet aux entreprises de créer une expérience au travers de programmes de fidélité sur mesure sur tous les canaux de vente physiques et digitaux.

LOGISTIQUE / SUPPLYCHAIN MANAGEMENT

Avec une croissance du nombre de transactions, la logistique du e-commerce devient un enjeu stratégique pour rester compétitif à la fois en termes de délais et de coûts. Ce nouveau levier de croissance requiert une certaine maîtrise de l'ensemble de la chaîne logistique. De nombreuses startups ont ainsi digitalisé les processus de livraison, de stockage mais aussi la gestion omnicanale. Pour répondre à ces besoins, des prestataires ont vu le jour, à l'image de **Cubyn**, qui simplifie l'exécution des commandes en collectant, emballant et expédiant les colis depuis leurs entrepôts ; ou encore **Shiip**, qui permet aux clients d'avoir accès aux suivis de leurs colis.

D'autres startups se sont différenciées sur les Systèmes de gestion de commandes (Order Management System, OMS), à l'instar de **ShiipinBo**, avec son SaaS qui centralise les activités e-commerce des entreprises. L'intelligence artificielle est également exploitée par des sociétés comme **Vekia**, notamment pour optimiser les stocks et les approvisionnements des marchands.

CONCLUSION

Les frontières entre le e-commerce et les détaillants sont de plus en plus poreuses. Il y a deux tendances convergentes, l'une qui conduit les e-commerçants à pratiquer des stratégies de « brick & mortar » et l'autre, qui conduit les détaillants à être des e-commerçants. Le nombre de pure players s'en trouve raréfié et les limites du périmètre élargies.

Cette tendance va encore plus loin : la marketplace digitale tente de reproduire l'expérience vécue en magasin via des interactions (humaines ou avec chatbot) et de la visualisation 3D notamment. Tout est repensé pour recréer l'expérience client des magasins physiques. À l'inverse, les magasins se digitalisent afin de recréer la fluidité du parcours client et d'optimiser leur logistique.

N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER !

Nous avons focalisé ce mapping sur les startups innovantes immatriculées en France. S'il vous paraît manquer des acteurs ou que vous souhaitez avoir plus de détails sur le sujet, n'hésitez pas à nous contacter !

NOUS ÉCRIRE



Oscar Majorczyk
Analyste au Hub de Bpifrance. Oscar Majorczyk accompagne les start-ups ventures dans leurs problématiques d'accélération, à fois sur les volets business et opérationnel, avec des appétences particulières dans la mobilité et le retail.

1 SHARES | f SHARE | TWEET

ARTICLES RECOMMANDÉS

E-COMMERCE, MAPPING
UN MAPPING POUR DÉCOUVRIR LES DERNIÈRES INNOVATIONS E-COMMERCE
OSCAR MAJORCZYK | 3 MARS 2020

BONNES PRATIQUES, E-COMMERCE, PRODUCT
6 TIPS SUR LES KPIs À MONITORER POUR UNE MARKETPLACE
ROBIN PINEAU | 10 JANVIER 2020

FINTECH, MAPPING
LE MAPPING DES STARTUPS QUI FLUIDIFIENT LE PAIEMENT
OSCAR MAJORCZYK | 17 DÉCEMBRE 2019

LAISSER UN COMMENTAIRE

VOTRE ADRESSE DE MESSAGERIE NE SERA PAS PUBLIÉE. LES CHAMPS OBLIGATOIRES SONT INDiquÉS AVEC *

COMMENTAIRE *

NOM *

ADRESSE DE MESSAGERIE *

SITE WEB

LAISSER UN COMMENTAIRE

BPIFRANCE LE HUB

Bpifrance Le Hub propose un programme d'accompagnement complet et sur-mesure, fondé sur des équipes dédiées aux grands défis liés à la croissance des startups. Sa position unique d'interlocuteur privilégié des entreprises lui permet d'offrir une relation de confiance solide pour multiplier les partenariats stratégiques des grands groupes avec les startups.

Plus qu'un investisseur, Bpifrance accompagne la croissance des startups françaises. Entre les modèles d'investissement, d'accélération ou de conseil, Bpifrance se positionne pour apporter toujours plus de valeurs aux entreprises innovantes et soutenir la croissance économique française.

À PROPOS

INFOS & CONTACT

ESPACE BPIFRANCE

ACCÈS RÉSERVÉS

REJOINDRE LA COMMUNAUTÉ



6/8 Boulevard Haussmann Paris 75009
M°: Richelieu Drouot | Tél: 01 53 89 78 78