



Comment
renforcer les
taux de conver-
sion **dans le**
cadre du
commerce
B2B

Transformez les visiteurs de votre site web en clients **fidèles** !

Le taux de conversion est l'un des ICP les plus importants pour le commerce B2B. Améliorer cet indice est un processus permanent qui ne se fonde pas uniquement sur une tarification plus basse. Votre équipe marketing, vos spécialistes en stratégie numérique et vos responsables informatiques doivent y travailler ensemble. Notre liste de vérification vous donne quelques idées sur la façon d'optimiser le niveau de conversion sur votre boutique en ligne tout en renforçant la relation client.

1

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES ÉQUIPES MARKETING

Augmentez vos ventes grâce à des offres personnalisées.

Les pages de renvoi sont un moyen idéal pour être en phase avec les besoins de vos clients et amener du trafic vers votre boutique. Vous pouvez adapter chaque page à un public spécifique et présenter des produits pertinents, des exemples d'utilisation et des événements. En intégrant vos pages de renvoi à vos campagnes marketing, vous pouvez accroître les ventes sur votre boutique. Selon Hubspot, avec plus de 10 pages de renvoi, vous êtes en mesure d'augmenter vos leads de 55 %.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

2

CONSEILS À DESTINATION DES ÉQUIPES MARKETING

Réalisez des tests multivariés.

Au bout du compte, ce sont vos clients qui déterminent quel type de communication génère le plus de ventes. Réaliser des tests multivariés est un moyen simple et rentable de comparer différentes versions de votre boutique à l'aide du trafic en temps réel. Créez autant de variables que vous le souhaitez, expérimentez-les sur des groupes tests, identifiez celle qui affiche les meilleurs résultats et vous verrez votre taux de conversion s'améliorer progressivement.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES ÉQUIPES MARKETING

3 Misez sur la personnalisation.

70% des vendeurs qui personnalisent leur communication avec les clients B2B constatent un impact positif sur leur taux de conversion. Ils comprennent mieux leurs clients, savent ce qu'ils ont regardé et commandé et ce qui les attirera à l'avenir. Ils regroupent également leurs clients et personnalisent le contenu en fonction de leurs comportements et centres d'intérêts passés. Grâce à l'intelligence artificielle, ils segmentent des données provenant de plusieurs systèmes et génèrent automatiquement des sélections de produits, des offres incitatives et des promotions selon le client. En outre, ils s'adaptent aux rôles d'utilisateur de chacun, fournissent des contenus commerciaux pour les acheteurs et des tutoriels sur les produits pour les utilisateurs finaux. En bref, mieux vous connaissez vos clients, mieux vous personnalisez votre communication et plus vous séduisez votre public.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES SPÉCIALISTES EN STRATÉGIE NUMÉRIQUE

4

Optimisez l'expérience utilisateur (UX).

Comme pour tous, la première impression est très importante dans le cadre du B2B. Une bonne expérience utilisateur est donc primordiale pour la conversion, tout particulièrement au début du parcours client. Si ce dernier n'entre pas immédiatement en phase avec vous, il se tournera vers vos concurrents en seulement quelques clics. Le chargement rapide des pages et une conception intuitive de celles-ci sont essentiels pour une boutique B2B. Les acheteurs B2B ont un comportement de navigation et d'achat très proche de celui des consommateurs finaux. L'engagement émotionnel est peut-être moins important que dans le B2C, mais ils veulent des renseignements plus clairs et un service plus efficace. Un catalogue bien structuré et des informations complètes sur les produits constituent également des éléments aussi importants dans le B2B que dans le B2C.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES SPÉCIALISTES EN STRATÉGIE NUMÉRIQUE

5 Guidez rapidement les visiteurs vers le bon produit.

Nous avons tous déjà obtenu aucun résultat après avoir fait une recherche. Cela incite de nombreux clients potentiels à aller voir ailleurs. Pour que cela n'arrive pas, le moteur de recherche de votre site doit être capable de détecter les synonymes et de suggérer d'autres mots et orthographes. Si rien ne correspond exactement, il doit pouvoir au moins afficher des produits similaires. Comme les acheteurs font de plus en plus leurs achats depuis des appareils mobiles, la recherche vocale et à l'aide d'images sont plus en plus utilisées. Par exemple, il est désormais possible de renouveler une commande de pièces pour une machine complexe simplement en décrivant ou en photographiant les éléments concernés.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES SPÉCIALISTES EN STRATÉGIE NUMÉRIQUE

Simplifiez les processus de commande.

6

Les acheteurs B2B veulent un processus de commande simple et rapide. L'une des options possibles est de proposer un bon de commande facile à remplir, sur lequel le client n'a plus qu'à indiquer la référence du produit et la quantité désirée. Une autre option consiste à pouvoir renouveler une commande : les clients soumettent tout simplement à nouveau une des commandes figurant dans leur historique. De même, les principes d'abonnements sont un moyen simple et efficace d'automatiser les commandes identiques et fréquentes. Outre le côté pratique, cela offre aux clients une plus grande tranquillité d'esprit. Les bénéfices pour le vendeur sont une fidélité sur le long terme et des flux de revenus prévisibles.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES SPÉCIALISTES EN STRATÉGIE NUMÉRIQUE

Adaptez-vous à chacun des rôles utilisateurs.

7

Votre boutique B2B doit prendre en charge les différents rôles du centre d'achat - de l'acheteur au gestionnaire de compte - afin de répondre aux exigences spécifiques au commerce B2B. Avec des autorisations gérées individuellement, les utilisateurs peuvent commander indépendamment dans le cadre de leurs budgets prédéfinis. Les responsables de centres de coûts, peuvent suivre toutes les dépenses dans un système de gestion budgétaire pratique. Si une commande dépasse le budget de l'utilisateur concerné, elle est transmise au responsable pour être approuvée ou rejetée, ce qui permet de contrôler les dépenses à tout moment. En outre, les utilisateurs peuvent partager un seul panier d'achat, quel que soit le point de contact, ce qui simplifie les flux de travail en interne.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES RESPONSABLES INFORMATIQUES

Exploitez le potentiel des applis web progressives (PWA).

8

Un nombre croissant d'acheteurs B2B utilise des appareils mobiles pour rechercher les caractéristiques et le prix d'un produit. La vitesse de chargement d'une page est donc aussi importante pour un client sédentaire que pour un utilisateur nomade. Les applis web progressives combinent les avantages d'un site web et d'une appli mobile. Elles offrent une expérience proche de celle des applications natives, peuvent être utilisées hors ligne et sont optimisées de manière à assurer un niveau de performance élevé. Les PWA sont accessibles via une URL ; elles ne nécessitent donc aucun téléchargement ou lancement depuis un écran d'accueil. Contrairement aux applis natives, elles peuvent être indexées par les moteurs de recherche, ce qui permet aux clients de trouver votre boutique plus facilement.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES RESPONSABLES INFORMATIQUES

Établissez une relation de confiance par le biais de services après-vente de grande qualité.

9

Soixante-et-onze pour cent des clients B2B et B2C décident de ne plus faire appel à un vendeur si son service après-vente est de mauvaise qualité. Il ne faut donc pas négliger cet aspect. Grâce à un portail client numérique, vous pouvez fournir des services personnalisés et une plate-forme centrale donnant accès à la documentation technique, à vos coordonnées, aux contrats-cadres, à des services d'assistance, à des options de maintenance prédictive, etc. Vos services après-vente témoignent de votre engagement et constituent un moyen efficace d'établir une relation sur le long terme.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES RESPONSABLES INFORMATIQUES

Intégrez votre boutique aux systèmes d'approvisionnement et d'achat.

10

Les clients disposant de systèmes d'approvisionnement électronique puissants peuvent tirer pleinement parti de cette ressource en y intégrant entièrement votre boutique en ligne. Ils ont alors la possibilité d'accéder directement à votre boutique, de commander leurs articles plus facilement et de télécharger automatiquement les données. Le partage des informations entre la boutique et les plates-formes d'approvisionnement s'effectue à l'aide de l'Open Catalog Interface (OCI) standard.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES RESPONSABLES INFORMATIQUES

Utilisez des systèmes de gestion des stocks automatisés (étagères intelligentes).

11

Réapprovisionnez automatiquement vos clients grâce à des systèmes de gestion des stocks innovants. Lorsque le niveau d'un article tombe en dessous d'un certain seuil, le système génère immédiatement une nouvelle commande. Le principe des étagères intelligentes est idéal pour les pièces et consommables de petite taille qui ne sont pas chers mais qui sont indispensables au maintien de la production. Pour les fabricants et les fournisseurs, ces systèmes automatisés sont particulièrement bénéfiques pour la rétention des clients. Ils affichent effectivement un taux de conversion de 100 %.

12 conseils pour augmenter les taux de conversion

CONSEILS À DESTINATION DES RESPONSABLES INFORMATIQUES

Proposez le renouvellement de commande automatique par scanning.

12

Pour permettre aux clients de commander directement sur votre boutique en ligne, vous pouvez également opter pour un système de scanning. À l'aide d'un appareil ou d'une appli dédié, ils scannent tout simplement un code-barres puis saisissent la quantité désirée. Cette solution a évidemment pour avantages d'être pratique et de réduire les coûts. Elle permet également au vendeur de fidéliser les clients et de garantir un taux de conversion élevé, pouvant aller jusqu'à 100 %.

Êtes-vous prêt pour un coup de pouce ?

Pour en savoir plus :

- [Discussions autour des solutions de commerce Intershop](#)
- [Livre blanc : Une approche B2B centrée sur le client pour renforcer les ventes](#)
- [Meilleures pratiques : Voici comment les fabricants réussissent dans l'e-commerce B2B](#)



Contactez-nous !

Harold van der Horst
marketing@intershop.de