



Romain NOGUES

Membre du Bureau Exécutif du SEDIMA

édito



## La E-distribution

Nous y sommes !

La distribution de pièces agricoles par le biais d'internet se déploie à grande échelle.

Tous les protagonistes se mettent en action : distributeurs, centrales d'achat et privés développent et lancent leurs méthodes de vente en ligne.

Pour les concessionnaires liés contractuellement à une marque les choix sont multiples « pour le moment »...

Première solution : suivre l'orientation du constructeur avec les obligations que cela engendre (organisation interne, personnel formé, stock, prix). Une option qui évite les coûts de création, de maintenance et d'alimentation du site qui sont assumés par le constructeur.

Deuxième solution : oeuvrer avec la centrale d'achat. Cette alternative met en avant des similitudes avec celles exposées précédemment. Elle comprend cependant moins de critères imposés et il y a un consensus dans les choix de mise en œuvre.

Troisième solution : voler de ses propres ailes avec des libertés certaines, à savoir choisir ses références, les prix appliqués, la personnalisation en fonction du secteur d'activité, mais aussi assumer des coûts importants de création de sites marchands, de maintenance et faire vivre le site (mise à jour des références, des prix, des stocks)...

Nous sommes seulement au début de la vente en ligne de pièces détachées agricoles. Tout reste à faire. Les aménagements et les contraintes liés à cette méthode de distribution vont évoluer avec les marchés.

Prenons l'exemple des sites de matériels d'occasion. Aujourd'hui, la quasi totalité des entreprises possède un site d'annonces en ligne pour vendre ses reprises. Cela démontre bien la tendance de ces dernières années en matière de E-commerce.

Nous devons nous y préparer. Il y a des passages obligés avec l'évolution des secteurs, des typologies de clients et des

...édito suite de la page 1

marchés parallèles. En effet nos clients sont des consommateurs d'internet et plus particulièrement des sites marchands. Ils maîtrisent les nouvelles technologies, ont des attentes bien précises et intègrent à leurs cahiers des charges des objets connectés de dernière génération.

Travaillons sur la visibilité et les référencements sur internet afin que tous nos clients puissent nous trouver et nous consulter facilement depuis leurs écrans d'ordinateurs, de tablettes ou de smartphones.

Même si le service et le conseil seront toujours des leviers efficaces pour l'attractivité de nos sociétés, il est bon de vivre avec son temps tout en conservant les valeurs sûres de nos métiers.

Ainsi professionnalisme, réactivité, adaptation, réponses aux attentes des clients et nouvelles technologies sont bien les ingrédients du commerce d'aujourd'hui et de demain.