

Mots-clés : marketplace, Noël, start-up, e-commerce, vente en ligne, consommation, shopping...

Noël 2.0 : Repenser sa stratégie on-line grâce à la marketplace

21% du CA des 40 plus grands e-commerçants français en 2014¹

Paris, le 27 Novembre 2014

Les courses de Noël sont un enjeu incontournable pour les commerçants. En quelques semaines, des investissements de plusieurs mois doivent être rentabilisés. Rien que pour le e-commerce, ce sont 11 milliards d'euros de CA qui sont en jeu². Comment tirer profit de son site de vente en ligne dans un environnement où la concurrence ne connaît pas de limite alors que les consommateurs se montrent particulièrement exigeants à l'approche des fêtes ? Et si les marketplaces étaient la solution ? Soutenus par le savoir-faire technologique de Mirakl, leader des solutions marketplace, de nombreux acteurs ont déjà sauté le pas : les Galeries Lafayette, Nature et Découvertes, Darty...

La vente en ligne classique peine à saisir les opportunités créées par la course aux cadeaux

Noël est une saison cruciale pour le chiffre d'affaires mais c'est avant tout un pari hasardeux. Pour tout commerçant, se jouent en quelques semaines des mois de planifications et d'investissement pour prédire quels seront les produits phares du moment et les proposer au meilleur prix.

Pour les e-commerçants le problème est encore plus ardu. L'investissement nécessaire en termes de logistique et de stockage peine à être rentable alors que la tendance des prix est à la baisse. On peut dégager les tendances dans les grandes lignes: jouets, jeux vidéo, mode, cosmétique, ... mais qui peut prédire quel sera le jouet à la mode des mois à l'avance ? Comment peut-on être sûrs de ne pas souffrir de ruptures de stock ou de risquer un nombre trop important d'invendus ?

La marketplace pour renouer avec la croissance des e-commerçants

Forts de ce constat et de leur expertise e-commerce, les fondateurs de Mirakl se sont consacrés à l'accompagnement des entreprises pour créer leur marketplace, la seule stratégie e-commerce permettant de rendre son activité en ligne rentable. D'autant plus que durant les fêtes la logistique est très sollicitée.

La marketplace repose pourtant sur une réflexion contre-intuitive : si la concurrence n'est qu'à un clic, pourquoi ne pas l'héberger moyennant commission sur ses ventes? Cet hébergement de vendeurs tiers a pour effet automatique d'étoffer l'offre sans aucune contrainte pour les stocks et la logistique, rendant le site e-commerce plus compétitif. En effet, les probabilités que l'internaute y trouve le cadeau idéal et y effectue son achat sont fortement augmentées.

¹ Chiffres Fevad, troisième trimestre 2014

² <http://www.fevad.com/espace-presse/les-ventes-en-ligne-de-noel-devraient-depasser-11-milliards-d-euros#topContent>

Grâce à un important investissement technologique et une équipe majoritairement constituée de développeurs, Mirakl assiste depuis plus de deux ans une trentaine de marques et distributeurs dans la création de leur marketplace dont le chiffre d'affaires ne cesse de croître (+ 45% par rapport à 2013³). A l'horizon 2018, le volume d'affaires des marketplaces devrait quadrupler en France⁴.

Choix, prix bas et qualité de service : la marketplace adoptée par les consommateurs

Les marketplaces répondent parfaitement aux attentes des consommateurs à la recherche du cadeau parfait sur le Net. Par rapport à un site de vente en ligne classique, on trouve sur une marketplace un choix maximal de produits et de modèles au meilleur prix. Étant donné le caractère non substituable de bon nombre de cadeaux, acheter sur une marketplace permet aux consommateurs de grandement limiter leur exposition aux ruptures de stock. De plus, par l'intermédiaire d'une marketplace, les consommateurs sont mis en relation avec des vendeurs experts dans leur domaine pouvant ainsi répondre à leurs attentes et expédier les produits dans les meilleures conditions et les plus brefs délais. La qualité de service est donc optimisée par rapport à un site e-commerce classique.

Plus qu'un engouement saisonnier, les marketplaces font désormais partie des habitudes de consommation des internautes français. En effet, les trois premiers sites e-commerce les plus visités en France au second trimestre 2014 sont des marketplaces (Amazon, la Fnac, Cdiscount)⁵.

A propos de Mirakl

Créé en 2012 par deux experts du e-commerce, Philippe Corrot et Adrien Nussenbaum, **Mirakl** est le leader des **solutions marketplace**. Récompensé dès 2012 par un **E-commerce Award**, **Mirakl** met à disposition des acteurs e-commerce une **expertise technologique et une connaissance du marché unique** pour les accompagner dans toutes les étapes du **développement de leur stratégie marketplace e-commerce**.

Chiffres clés :

- Effectifs : **40** collaborateurs
- CA 2014 : > **5 millions** d'euros
- Croissance annuelle : **+200%**
- Quelques références : Galeries Lafayette, Darty, Rue du Commerce, Godsavethekids, Nature et Découvertes, ...
- Partenaires : IBM, Oracle, Hybris, Lengow, Neteven, plugmystore.com,...

Site Web: www.mirakl.fr

Contacts Presse

ESCAL Consulting

Marine Guison – marine@escalconsulting.com - 01 44 94 95 66

Maja Jokic – maja@escalconsulting.com - 01 44 94 95 68 / 06 95 98 95 36

³ Chiffres Fevad 2014, troisième trimestre 2014

⁴ <http://www.lsa-conso.fr/les-marketplaces-depasseront-les-10-milliards-d-euros-en-2018,190147>

⁵ Chiffres Fevad 2014, second trimestre 2014