

## L'Europe, une réalité de chaque jour chez Pixmania-Pro.com

Le 9 mai prochain sera célébrée la 25<sup>ème</sup> édition de la journée de l'Europe. A cette occasion, le leader européen du e-commerce dédié aux professionnels, rappelle sa présence dans 23 pays et sa connaissance profonde des différents marchés européens.

Site marchand BtoB, Pixmania-Pro.com s'adresse aux TPE/PME, grands comptes, collectivités, revendeurs en ligne, professions libérales, et répond à leurs besoins spécifiques en France comme en Europe. La marque propose une offre exhaustive de 55 000 références de produits d'électronique grand public, Petit Electroménager, Bricolage, Jardin, Jeux-Jouets ou encore Automobile pour aider les entreprises à s'équiper, fidéliser ses clients par le biais de [cadeaux d'affaires](#) ou bien motiver sa force de vente.

### **S'adapter à chaque pays...**

Selon les pays, les habitudes d'achat sont très différentes. D'après une étude Eurostat publiée l'année dernière, en 2009 47% des entreprises suédoises commandent leurs équipements via des sites marchands, tandis que seules 20% des sociétés françaises achètent en ligne. La France est donc en retard par rapport à ses voisins nordiques, ce qui laisse présager d'importantes opportunités commerciales pour les acteurs de l'e-commerce interentreprises.

Fort de 7 années d'expertise et de 300 000 clients, Pixmania-Pro.com propose son savoir-faire dans 23 pays européens et a mis en place une stratégie basée sur :

- Le recrutement de collaborateurs dont la langue maternelle est celle du pays dont ils ont la charge, que ce soit pour l'équipe achat, force de vente ou pour le service après-vente.
- La traduction du site [www.pixmania-pro.com](http://www.pixmania-pro.com) dans la langue nationale du pays concerné. Depuis 2010 huit pays supplémentaires ont leur site disponible dans leur langue. Ces pays sont : la Finlande, la Hongrie, la Grèce, la Tchéquie, la Slovaquie, la Suède, le Danemark et la Pologne.
- Des partenariats avec les marques locales de chaque pays concerné pour les référencer dans le catalogue en ligne de produits.
- La mise en place de stratégies territoire par territoire avec des agences régionales.
- Des accords avec 27 transporteurs locaux et internationaux qui lui permettent de livrer en 24/72h dans les 23 pays où la marque est présente.
- La prise en compte du décalage horaire des pays par rapport à la France où les équipes européennes sont basées.

### **... Tout en ayant une signature commune**

Depuis près d'un an, Pixmania-Pro.com a changé de signature pour adopter la suivante en anglais : « **Our products, Your business** », ce qui souligne son positionnement réellement européen. Cette nouvelle baseline insiste également sur le [dropshipment](#), l'un des atouts majeurs de la marque. En effet, Pixmania-Pro.com offre à ses clients la possibilité de référencer sur leur site marchand les produits de son catalogue, sans les avoir en stock et se charge de les faire livrer directement en marque blanche au client final.

Pour plus d'informations sur les offres de PIXmania-PRO dédiées aux Professionnels nous vous invitons à vous rendre directement sur le site : <http://www.pixmania-pro.fr/fr/fr/homepage.html>

### **-PRO.com]**

Créé en 2004, Pixmania-PRO est né de la volonté du Groupe Pixmania de répondre à la demande spécifique et grandissante des entreprises. La marque s'est immédiatement imposée comme le leader européen spécialisé dans la vente de produits d'électronique grand public dédié aux entreprises. Présent dans 23 pays européens, Pixmania-PRO propose un catalogue riche de plus de 55 000 références à destination aussi bien des TPE, PME/PMI, revendeurs, agences de communications qu'aux administrations et grandes entreprises européennes. Le site B to B a également développé un service de dropshipment. Il permet à ses clients de commercialiser l'ensemble de nos produits et d'assurer la

livraison aux clients finaux de ces derniers, en marque blanche et sans contrainte de stockage ni de logistique. Filiale du Groupe Pixmania, leader européen du e-commerce, la marque bénéficie des synergies et forces de sa maison mère : un catalogue de 55.000 références, une présence paneuropéenne, la sécurisation des transactions et des données, une centrale logistique performante de 50.000m<sup>2</sup>, etc.