



Communiqué de presse

20 Juin 2013

## **Iziflux & Solusquare éditent « Marketplaces, Mode d'emploi » :**

**Un livre blanc pour accompagner les e-commerçants qui souhaitent optimiser leur stratégie sur ce canal de vente en pleine croissance !**

Comment optimiser sa visibilité et ses ventes sur les places de marché, quelle est la marketplace la plus adaptée à la cible visée, quel est leur intérêt pour le référencement naturel des sites e-commerce ?... Iziflux, agrégateur spécialisé dans la gestion et l'optimisation de flux produits, et Solusquare, l'agence experte en solutions e-commerce, apportent des données chiffrées, une analyse globale et des conseils avisés pour permettre à tous les e-commerçants d'améliorer leurs performances sur ce nouveau canal de vente.

### **« Les Marketplaces, une part de plus en plus importante des ventes réalisées en ligne ! »**

Spécialiste de la vente en ligne auprès de grands groupes Internationaux (Eden Park, O'Neill, Bonobo Jeans, Cache-Cache, Mim, Morgan, Thomson, Fragonard Parfumeur, Darty...), l'agence experte en solutions e-commerce Solusquare a récolté nombre de données auprès de tous les marchands de l'entreprise vendant au moins sur une marketplace depuis 2008.

Il en ressort les informations suivantes (voir également les infographies en page 2)\*:

- Les places de marché prennent une place importante dans le secteur du e-commerce et représentent de plus en plus de ventes et de chiffre d'affaires. Les ventes ont commencé à décoller en 2009, elles n'ont cessé d'augmenter depuis. **Elles représentent aujourd'hui près d'1/5<sup>ème</sup> des ventes totales réalisées par les marchands** de Solusquare sur Internet.
- Les places de marché sont devenues des canaux de vente privilégiés par les marchands. Depuis 2011, le secteur de la vente en ligne via les marketplaces s'est rapidement développé en nombre de ventes mais également en chiffres d'affaires. **Le CA des Marketplaces a ainsi progressé plus rapidement que celui du e-commerce sur ces deux dernières années.** Cette tendance se confirme pour 2013 également avec une progression de plus de 51% du CA entre 2012 et 2013.

## Evolution du CA des ventes en ligne réalisées sur les marketplaces

Ce graphique représente l'évolution du Chiffre d'Affaires généré par les marketplaces au sein du secteur e-commerce. Les ventes sur les marketplaces ont commencé à décoller en 2009. Par ailleurs, l'évolution du CA des marketplaces est plus forte que l'évolution du CA global du secteur de l'e-commerce. Les marketplaces sont de plus en plus représentées dans le secteur de la vente en ligne et sont maintenant un canal de vente privilégié.



CA que représentent les marketplaces dans le CA global de l'e-commerce

Cette infographie représente des tendances e-commerce et ne prend en compte que les données issues des marchands de Solusquare

Une infographie



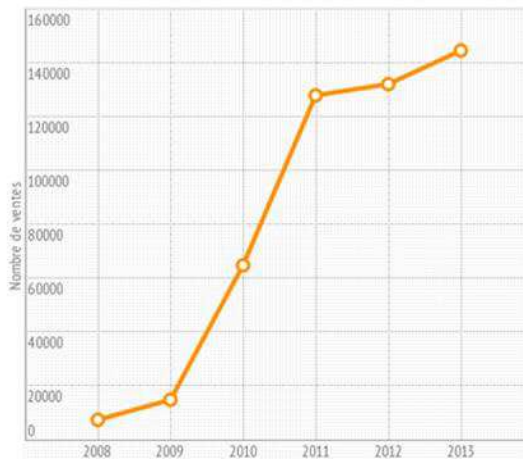
www.iziflux.com

Source



## Evolution du nombre de ventes en ligne (global)

Le graphique suivant représente l'évolution du nombre de ventes réalisées sur internet. Après une croissance exponentielle, le nombre de ces ventes en ligne continue de croître en 2013



Nombre de ventes dans le secteur e-commerce

Une infographie



www.iziflux.com

Source



## Quelques précisions chiffrées...

▲ **11 097 748 euros**

CA de l'ensemble des ventes en ligne réalisées en 2013 par les marchands Solusquare

★ **18,5% des ventes totales**

sont réalisées sur les marketplaces par les marchands Solusquare

👤 **65 euros**

valeur du panier moyen en 2013 (comportant les ventes sur les marketplaces) des marchands Solusquare

● **51%**

taux d'évolution entre 2012 et 2013 du CA réalisé sur les marketplaces par les marchands Solusquare

Données des clients Solusquare utilisant au moins une marketplace

Une infographie



www.iziflux.com

Source



\*Chiffres correspondants aux marchands Solusquare étudiés

## « Les Marketplaces, quelle stratégie à adopter pour exploiter au mieux ce nouveau canal de vente »

Rédigé en partenariat avec d'autres acteurs du e-commerce, Iziflux apporte à travers « Marketplaces, Mode d'emploi » une vision globale des marketplaces : leurs avantages, les différents modèles économiques, comment en tirer parti en choisissant les marketplaces les plus adaptées à la cible client, leur impact sur la visibilité en ligne des commerçants, la démarche à adopter pour sélectionner les bons produits à mettre en avant ou encore les pièges à éviter.

Ce livre blanc apporte plusieurs « clés et des conseils avisés » pour tous les e-commerçants qui souhaitent se développer sur les marketplaces. Parmi les points relevés :

- Avec une stratégie e-commerce clairement définie en amont, le commerce sur les marketplaces peut s'avérer très rentable.
- La nécessité pour les e-commerçants de vendre des produits différents de ceux de leur boutique en ligne.
- Penser européen : les places de marché représentent une opportunité unique, et à moindre coût, pour tester son activité économique à l'international. Elles mettent rapidement en évidence les lacunes et points à améliorer pour se développer sur le marché européen.
- Quelques freins à prendre en considération, la gestion des marketplaces reste assez complexe lorsque l'on ne possède pas de compétence technique en matière de gestion de flux. Par ailleurs, la logistique de traitement des commandes et la synchronisation des données entre tous les canaux de vente sont aussi des facteurs à prendre en compte pour une stratégie gagnante.

Pour en savoir plus sur « Marketplaces, Mode d'emploi », rendez-vous sur le formulaire :

<http://blog.iziflux.com/marketplaces-mode-demploi>

### **A propos d'Iziflux:**

Créée en 2007, la solution Iziflux permet aux e-commerçants de référencer leur catalogue sur plus de 500 comparateurs et places de marché (CPC et CPA) compatibles en Europe parmi lesquels La Redoute, Ebay, Amazon, Pixmania, Priceminister, Brandalley, Cdiscount, Fnac, les plateformes d'affiliation et de cashback, les solutions de retargeting, les liens sponsorisés, Facebook...

Iziflux propose une série d'outils permettant de booster les campagnes de ses clients via :

- la segmentation du catalogue pour ne publier qu'une partie de ses offres sur un support (ex : produits en stock seulement ou offre saisonnière).
- la désactivation des produits non rentables, automatiquement ou manuellement.
- l'édition massive de ses fichiers produits
- la catégorisation automatique ou manuelle des produits au sein de l'arborescence des différents partenaires.
- l'enrichissement du contenu de son catalogue.
- le rajout d'informations manquantes comme les codes EAN par exemple.

Iziflux propose aussi à ses clients de trouver un accompagnement global et complet sur leur problématique d'optimisation de stratégie et de rentabilité sur tous les supports de diffusion. Un chargé de compte expert se met à disposition pour assister et/ou prendre en charge les différentes campagnes. Ainsi en ajoutant sa collaboration étroite avec les équipes techniques et commerciale de la marketplace La redoute, Iziflux donne la possibilité à ses clients d'amorcer sereinement ce nouveau partenariat.

La solution de gestion de flux est à ce jour utilisée par 200 marchands parmi lesquels Vertbaudet, Ambazad, Teddy Smith, Allomarket, 123meuble, Sosaccessoires, Belambra, Zubial, Kite-tek, Citadium, Carla-Bikini, Guy Degrenne, Tintamar, Sucre d'Orge,

### **A propos de SOLUSQUARE :**

SOLUSQUARE aide les entreprises à définir les éléments clés de leur projet en fonction de leur stratégie e-marketing (communication, relation client, objectifs de vente et de développement sur Internet, SAV...) et les accompagne dans le choix et la mise en place de leur plateforme e-commerce, dont principalement BoutiqueBuilder, Demandware, Hybris et Magento, au travers de trois offres d'accompagnement : Web, Digitale et Cross Channel.

Au travers de sa solution vedette BoutiqueBuilder, SOLUSQUARE propose la seule plateforme e-commerce offrant une boutique en ligne totalement paramétrable associée à une gestion commerciale et logistique, qui peut également être parfaitement interfacée à n'importe quel autre système d'information (ERP clients tels que Cylande, Cegid, Microsoft Dynamics, SAP, AS/400, JDEdwards...).

Aujourd'hui, SOLUSQUARE accompagne plus de 50 clients en France et dans le reste du monde, dont une vingtaine de grandes marques (Darty Italie-Turquie-Espagne, Eden Park, Morgan, Havaianas, Cache-Cache, ...). Le Chiffre d'Affaires généré annuellement par l'ensemble des boutiques dépasse les 100 millions d'Euros. Avec une croissance moyenne de leurs ventes de plus de 200% sur 5 ans, les clients SOLUSQUARE ont ainsi pu augmenter considérablement leur volume de vente en diminuant de façon significative leurs coûts d'exploitation.

### **Contact presse :**

**La Toile des Medias**

David Pilo

Tel. 06 20 67 70 37

[dpilo@latoiledesmedias.com](mailto:dpilo@latoiledesmedias.com)