

DOTT⁽¹⁾

Tous les chemins ne mènent pas à Amazon ! Créez votre propre succès : cas d'usage avec le lancement réussi de la marketplace Dott



PROBLÉMATIQUE DE LA MARQUE

Amazon propose uniquement à la population portugaise une version en... espagnol. Une faille dans laquelle deux grands opérateurs nationaux se sont engouffrés, en créant en l'espace de six mois une *marketplace** très ambitieuse, qui regroupe déjà 500 marchands pour 500 000 produits.

La collaboration à parts égales entre Sonae, premier distributeur portugais (40 000 employés) et CTT, l'équivalent de la Poste française, s'est montrée particulièrement efficace. La nouvelle marketplace baptisée DOTT (dott.pt) est un concentré de bonnes pratiques. Pour convaincre et fidéliser durablement son public, elle a également pris le parti de jouer la carte locale, en valorisant les marchands portugais et en s'adaptant aux spécificités du pays en matière de livraison.

Les entreprises du pays, jusqu'ici, réalisent moins de 3% de leurs ventes en ligne - contre 15% en Grande-Bretagne ou en Allemagne. En leur offrant un nouveau débouché, DOTT semble promis à un bel avenir.

SOLUTION STRATÉGIQUE

Les deux associés ont mené un benchmark international des solutions marketplace et ont finalement choisi IZBERG en France. « Notre solution les a séduits par son approche très modulaire, la qualité de l'expertise technique des équipes-projets et la promesse d'un temps de déploiement de quelques mois, résume Benoît Feron, co-fondateur d'IZBERG. Nous sommes rapides dans la mesure où nous proposons une solution 100% disponible par API, qui peut être intégrée à n'importe quel SI. »

« L'objectif ici, reprend Benoît Feron, était d'offrir aux acheteurs un maximum de verticaux de produits, avec suffisamment

de profondeur pour chaque vertical. La force d'une marketplace, c'est aussi de pouvoir faire des tests et déployer ou stopper certains articles en fonction des résultats, avec un investissement moindre. »

Pour créer rapidement « le premier centre commercial en ligne du pays », Sonae et CTT ont travaillé avec l'agence Bright Pixel qui s'est chargée du développement front-end, tandis qu'IZBERG travaillait en parallèle sur le back-office. « Ainsi, au bout de trois mois, Sonae et CTT, qui avaient de leur côté employé leur temps à recruter des marchands, ont pu intégrer leurs premiers clients. »

Une campagne de publicité massive, en TV notamment, a permis de lancer le site : les deux partenaires ne se bercent pas d'illusions et savent qu'Amazon va finir par arriver sur leur marché. Ils ont l'intention de prendre des parts de marché le plus vite possible et de les conserver grâce au positionnement « national » de leur offre et à la qualité de services. « Nous nous étions donnés un délai d'un an pour que DOTT soit opérationnel et nous avons tenu le pari. Nous avons même été bien plus rapides que ça », précise fièrement Benoît Feron.

MISE EN PLACE OPÉRATIONNELLE

Les marchands, on l'a vu, ont été sélectionnés avant tout pour leur attractivité auprès de la clientèle portugaise et notamment pour leur étiquette « locale ». L'objectif est de valoriser les petites et moyennes entreprises portugaises, qui ne sont pas encore digitalisées et qui ont du mal à se mettre en valeur sur Amazon.

L'une des particularités du pays repose sur la présence importante d'habitants dans les îles (archipels de Madère et des Açores). La livraison y est d'ordinaire plus longue. « DOTT

INFOS CLÉS



En 2018, **1,86 milliard** de dollars ont été dépensés sur les 100 premières marketplaces mondiales



En 2020, les ventes en ligne du B2B **doubleront** celles du BtoC



En 2021, **33%** des ventes en lignes mondiales seront réalisées sur des marketplaces

a choisi de se distinguer en assurant une livraison en moins de 48h, indique Gaspar d'Orey, CEO de DOTT. Nous avons également mis en place une offre de Click & Collect, avec plus de 1 500 points de retrait dans le pays. »

Les retours sont gratuits et le client peut contacter DOTT sur tous les canaux : email, chat, téléphone, réseaux sociaux... 40 collaborateurs sont disponibles pour échanger avec les marchands et acheteurs.

Autre particularité de la marketplace : elle rend possible le paiement par un tiers. Concrètement, l'acheteur peut cliquer sur un bouton « Ask Your Father » et DOTT envoie un email à la personne choisie, avec la référence ATM pour le paiement. Souvent utilisée par les plus jeunes acheteurs, comme son nom le suggère, cette option (rare) a également séduit d'autres typologies de segments, à commencer par les seniors.

L'agence créative Nossa a communiqué sur la joie d'acheter en ligne et le plaisir de recevoir ses paquets chez soi, comme des cadeaux.

Enfin, le projet DOTT est marqué par l'extraordinaire rapidité de son déroulement : il a fallu à peine plus de six mois pour que le site soit opérationnel et ouvert aux premiers acheteurs, en février 2019. « C'est une expérience de coordination et de mobilisation que nous n'oublierons pas de sitôt », souligne Gaspar d'Orey.

Prochaines échéances : le site espère regrouper 5 000 marchands d'ici trois ans et s'ouvrir progressivement aux marques étrangères.

RÉSULTATS

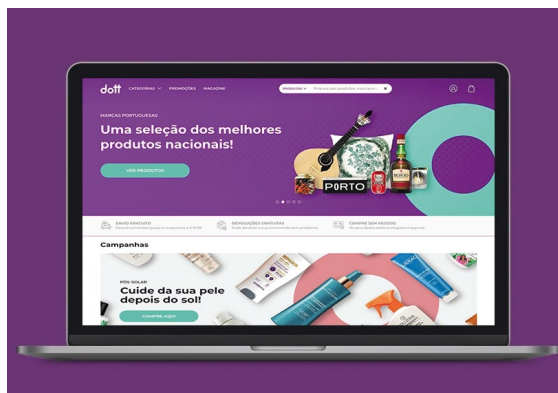
IZBERG facilite l'intégration des marchands et de leurs catalogues produits grâce à ses modules ergonomiques, faciles d'utilisation pour des utilisateurs peu habitués au numérique. Pour preuve, dott.pt compte d'ores et déjà 500 marchands, 17 catégories d'articles et près de 500 000 produits. Le nombre de vendeurs devrait doubler d'ici la fin de l'année 2019, passant à 1 000, pour un million de produits.

Les fondateurs de DOTT poursuivent l'objectif de réaliser 100 000 transactions sur la première année.

Le niveau de services et la clarté du positionnement du site constituent une série de bonnes pratiques, qui pourraient inspirer bon nombre d'opérateurs, au Portugal, en France ou ailleurs.

*Retrouvez la définition dans le lexique en fin d'ouvrage.

(1) Première marketplace B2C généraliste portugaise, lancée par Sonae, leader dans le secteur de la distribution et CTT, leader dans le secteur de la livraison



“L’objectif est de valoriser les petites et moyennes entreprises portugaises pour créer rapidement « le premier centre commercial en ligne du pays ».”

> IZBERG
www.izberg-marketplace.com
Fiche d'entreprise p. 497

Benoit Feron
benoit@izberg-marketplace.com