

IBM complète son offre Smarter Commerce avec de nouveaux logiciels et services dans le cloud

Ces nouvelles solutions aident les entreprises à s'adapter en temps réel aux évolutions des comportements d'achat des consommateurs

Paris - 03 oct. 2011: IBM (NYSE : [IBM](#)) lance de nouvelles solutions logicielles disponibles au choix en mode licence ou dans le cloud, pour que les entreprises puissent réagir de façon automatique à l'évolution des attentes des consommateurs et des tendances du marché. Baptisées respectivement *Commerce-as-a-Service* et *Social Media Marketing*, ces solutions allient les technologies des sociétés récemment acquises par IBM telles qu'Unica, Coremetrics et Sterling Commerce et le savoir-faire d'IBM en matière de R&D.

Ces nouvelles solutions logicielles permettent aux entreprises d'automatiser de manière intelligente les interactions avec leurs fournisseurs et leurs partenaires, de convertir instantanément les informations en provenance du marché en actions marketing et commerciales, et de relier les canaux de vente digitaux, tels que le web, le commerce mobile ou les réseaux sociaux avec leurs magasins traditionnels.

Avec son initiative Smarter Commerce, IBM prend les rênes d'un nouveau marché qui, dans sa seule composante "logiciel", est estimé à 20 milliards de dollars. Smarter Commerce change la façon dont les entreprises réagissent et s'adaptent à l'évolution des consommateurs et des conditions du marché, alors que ne cesse de se développer le shopping en ligne, sur les réseaux sociaux et sur les mobiles.

« *Smarter Commerce facilite les achats des consommateurs, sans se préoccuper du support, du canal ou de l'appareil qu'ils utilisent* », commente Craig Hayman, directeur général d'IBM Industry Solutions. « *De leur côté, les entreprises ont une connaissance approfondie de leurs clients et peuvent leur proposer une expérience d'achat personnalisée qui s'apparente à un véritable service.* »

Parmi les nouveautés annoncées :

- La solution cloud ***Commerce-as-a-Service*** accélère et étend le déploiement des fonctionnalités Smarter Commerce grâce aux composants suivants :

- *Configure, Price, Quote* - offre qui simplifie le processus commercial en groupant automatiquement plusieurs offres pour augmenter les ventes.

- *Cross-Channel Selling* - module qui connecte les sites marchands aux terminaux mobiles, aux réseaux sociaux et aux autres canaux de vente ; les entreprises se dotent de nouvelles sources de revenus en reliant les offres produit faites sur Internet à l'achat et à la livraison en magasin. Ce logiciel est optimisé pour POWER7 Systems, donnant ainsi la possibilité aux grandes chaînes de distribution de personnaliser l'expérience d'achat web de leurs clients et de répondre aux pics de vente saisonniers sans dégradation de leur performance. De plus, le système intègre les informations sur le comportement d'achat des consommateurs sur tous les canaux de vente (sites marchands, mobiles, magasins, points de vente et bornes interactives).

- *Payments & Settlement* - solution de paiement par carte à puce hautement sécurisée et très souple.

- *Module Supplier Integration & Management* - connecte et automatise les interactions avec les fournisseurs en présentant à l'entreprise un tableau de bord de suivi de l'activité en temps réel.

- File Transfer - fonctionnalité cloud qui permet de transférer de grandes quantités de données au sein de l'entreprise, entre ses différentes entités, et avec les clients, fournisseurs et partenaires afin de répondre plus vite et de manière plus efficace aux besoins stratégiques.

- La solution ***Social Media Marketing*** analyse en profondeur le langage naturel dans lequel les consommateurs expriment leurs opinions dans les médias sociaux ; elle permet de leur proposer automatiquement et en temps réel des offres personnalisées.

- La solution *Digital Marketing Optimization* est une nouvelle fois enrichie ; y est ajoutée un mécanisme d'échange de données numériques pour tagger, collecter et syndiquer les données clients. De nouvelles fonctionnalités facilitent également l'analyse de multiples sites Web et accélèrent la création et la diffusion de campagnes d'e-mailing (jusqu'au partage sur les réseaux sociaux) et le reporting.

Nouveaux services de conseil pour Smarter Commerce

IBM a annoncé le lancement d'un nouveau centre de compétences mondial pour son offre Smarter Commerce. Intégré à la division IBM Global Business Services, ce centre réunit des consultants Smarter Commerce chevronnés qui aideront les clients IBM à travers le monde à résoudre leurs problématiques les plus complexes en matière d'achat, de marketing, de vente et de SAV.

De plus, IBM Global Business Services propose trois nouveaux kits de démarrage express pour Smarter Commerce. Ces nouvelles offres de service consistent en une courte prestation de conseil en vue de définir les résultats tangibles à obtenir avec Smarter Commerce et de mettre en place la feuille de route pour y parvenir.

Ces kits comprennent les éléments suivants :

- *Business Analytics and Optimization - Customer Analytics Diagnostic* analyse l'approche de l'entreprise en matière de segmentation commerciale et marketing afin de fournir des recommandations sur la démarche à suivre pour délivrer le bon message, au bon moment au bon segment de clientèle.
- *Smarter Commerce Enterprise Marketing Management Assessment* évalue l'approche marketing globale de l'entreprise et établit une feuille de route spécifique pour mieux toucher les clients, mieux intégrer les multiples canaux de vente et améliorer les opérations marketing.
- *Supply Chain Visibility Assessment* produit un schéma directeur en vue d'améliorer la visibilité de la chaîne logistique et de raccourcir ainsi le délai de la commande à la livraison.

Smarter Commerce en action

Par exemple, un fabricant de produits électroniques va utiliser ces solutions intégrées pour gérer tout son cycle commercial, depuis ses actions marketing, ses approvisionnements et ses opérations de vente jusqu'à la phase finale de livraison et de service client.

Il utilise d'abord la solution *Supplier Integration & Management* pour choisir les bons fournisseurs, gérer les relations complexes et les contrats avec ces derniers, collaborer avec eux et surveiller leur performance afin de s'assurer que les matériaux de base dont elle a besoin lui seront livrés à temps et correctement.

Quand il est fin prêt à lancer sa nouvelle ligne de produits sur le marché, il s'appuie sur *Customer Awareness & Analytics* afin de tout savoir sur les attentes des consommateurs et ainsi mettre en place des campagnes marketing parfaitement ciblées.

Il utilise également *Cross-channel Campaign Management* pour définir ses segments de clientèle et cibler ses campagnes marketing.

En faisant appel à *Digital Marketing Optimization*, il peut créer le mix marketing approprié pour tous ses canaux d'interaction : mobiles, réseaux sociaux, sites marchands et magasins.

Puis, pour commercialiser sa nouvelle ligne de produits sur sa boutique en ligne et dans ses magasins, il déploie *Cross-channel Selling et Store* configurées pour les systèmes IBM Power 7. Il utilise aussi *Sterling Configure-Price-Quote* et *Retail Store Solutions Point of Service (POS)* afin d'offrir aux consommateurs la possibilité d'acheter en ligne et de retirer leurs achats en magasin.

Enfin, à l'aide de la solution *IBM Delivery, Service, and Support*, le fabricant déploie son service après-vente afin de respecter ses délais de livraison et d'assurer le support en continu de ses clients. Il peut aussi faire appel à IBM Case Manager pour gérer les demandes d'assistance plus complexes.

Pour plus d'information :

http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_commerce/overview/
