

Sales-Up

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Vente en ligne](#)

DirectFab, un nouveau canal d'approvisionnement

Service inédit sur le marché de la fourniture industrielle et du négoce en matériaux, DirectFab est la première plate-forme de ventes en ligne multi-fournisseurs s'adressant uniquement aux distributeurs. Elle est conçue pour devenir un nouveau canal de vente B to B, en complément de l'action des forces de vente du fabricant.



C'est un service unique sur le marché, qui s'inscrit bien dans l'air du

temps en prenant en compte les nouveaux comportements d'achat, y compris ceux qui régissent les relations entre fournisseurs et distributeurs.

Lancée dans une première version beta en septembre 2010, DirectFab se présente comme la première plate-forme de ventes en ligne multi-fournisseurs, dédiée exclusivement aux distributeurs (indépendants, adhérents de centrale, intégrés) des secteurs suivants : fourniture industrielle, quincaillerie, négoce en matériaux, Lisa, VPC B to B. «Sollicités par de multiples missions, les distributeurs ont de moins en moins le temps de recevoir les fournisseurs. De leur côté, les fabricants dans un contexte économique difficile sont à la recherche d'une plus grande efficacité commerciale. Il y a donc de la place pour une plate-forme qui met les produits des fabricants à la disposition des distributeurs 24 H/24 et 365 jours par an » explique Pierre Broizat, co-fondateur de DirectFab, avec Sébastien Cochard. Pour créer cette plate-forme, les deux hommes ont uni leurs compétences : une expertise en informatique pour le second (cofondateur de Temposoft, logiciel dédié pour le secteur de la distribution, revendu à Oracle en 2005) et la connaissance de l'univers de la fourniture industrielle pour le premier, au travers de son expérience de direction commerciale d'un fabricant Français.

15 000 références

Les premiers fabricants présents sur la plate-forme bénéficient depuis de nombreuses années d'une distribution traditionnelle auprès des distributeurs : Murtra (arrimage et levage), Piher (systèmes de serrage), Index (fixations et visserie), Altuna (outillage de jardin), Vola (mesure). Mais depuis quelques semaines, en plus de la représentation traditionnelle auprès des distributeurs, ils peuvent sur DirectFab mettre à disposition des distributeurs leurs gammes complètes ainsi que des promotions exclusives. «Les principaux sites d'intermédiation en place ne permettent pas aujourd'hui de toucher une cible précise et proposent uniquement une mise en contact. DirectFab va bien plus loin en permettant à chaque fabricant de présenter ses produits mais aussi de les vendre. C'est la grande innovation de cette plate-forme».

Cette offre est accessible sur la page d'accueil via le nom du fabricant ou à travers un index par famille de produits : outillage, sanitaire, protection et hygiène, sécurité, visserie et fixation... « Nous visons notamment tous les produits consommables présents dans la FI et la quincaillerie afin de mutualiser le plus possible l'offre des fabricants. »

Un nouveau canal de vente

Sur ce site, les distributeurs ont ainsi accès à une offre argumentée et parfaitement à jour qu'ils peuvent commander en quelques clics. Ce service, gratuit pour le distributeur, est payant pour le fournisseur, selon un forfait mensuel évalué en fonction du nombre de références en ligne ainsi qu'un pourcentage sur les commandes passées. « La plate-forme est pour eux un moyen supplémentaire de mettre en avant leurs produits auprès des distributeurs, poursuit Pierre Broizat. Il existe peu de fabricants capables de mettre la force de vente nécessaire en face de la multitude de points de vente que comprend notre secteur d'activité ».

Au-delà de l'optimisation des coûts de distribution, la plate-forme se donne pour mission de les aider à prendre des parts de marché sur des segments de la distribution où ils ne sont pas encore présents. Pour le fabricant, c'est également l'occasion d'élargir ses ventes, en montrant l'étendue de sa gamme aux distributeurs, même à ceux avec lesquels il travaille déjà. « DirectFab s'adresse à tous les fabricants, qu'ils soient ou non connus sur le marché. Nous veillerons simplement à ce que chaque nouveau fabricant ne concurrence pas un autre déjà présent sur la plate-forme ».

DirectFab vise à terme une quinzaine de fabricants et de 50 000 à 60 000 références en ligne contre 15 000 actuellement. « Ce service est complètement novateur. Il peut intéresser de nombreux distributeurs si la sélection des produits est bien faite. Nous devons être vigilants sur la qualité des fabricants, en terme de produits et de services. Celui qui achète en ligne doit être assuré que le délai d'approvisionnement sera court, que le produit est en stock, qu'il ne rencontrera aucun problème de suivi... ».

Un service supplémentaire

Actuellement, la base contacts de DirectFab recense 1 400 distributeurs en France (60% en fourniture industrielle et 40% en négoce), informés peu à peu de l'existence de la plate-forme par le biais des promotions mensuelles envoyées par e-mail. Lorsque le distributeur reçoit sa promotion, il est redirigé vers le site, ce qui permet de favoriser sa notoriété. L'objectif est d'augmenter régulièrement le nombre de distributeurs.

Concrètement, l'accès est restreint, réservé exclusivement aux distributeurs qui sont référencés sur la plate-forme après avoir indiqué leur RC. Directfab leur attribue alors un login, un mot de passe. Après le choix du produit et de ses quantités, le produit sélectionné est intégré au panier, les remises négociées par le distributeur auprès du fabricant s'affichent automatiquement, de même que les éventuels frais de transports. Le cas échéant, le distributeur peut ainsi compléter sa commande pour atteindre le franco. « C'est un service supplémentaire, un nouveau vecteur de vente pour le fabricant et d'achat pour les distributeurs. Ceux-ci peuvent acheter sur le site sans avoir à attendre le passage d'un commercial ».

En revanche, l'information sur les prix n'est accessible qu'aux distributeurs référencés. Les internautes, non distributeurs, qui accéderont à DirectFab via un moteur de recherche pourront simplement voir les produits sans prix.

Un lien direct avec le fabricant

L'expédition est, elle, assurée par le fabricant. DirectFab n'est pas un grossiste, et donc ne stocke pas. «Nous avons pensé la plate-forme comme un intermédiaire le plus simple possible entre le fabricant et la distribution de manière à ce qu'il n'y ait pas de surenchérissement en terme de prix. Quand il achète sur la plate-forme, le distributeur est quasiment chez le fabricant ».

La commande part effectivement directement chez le fabricant. Le distributeur reçoit immédiatement un e-mail de confirmation, puis un second lorsque sa commande est en cours de préparation et un troisième lors de l'expédition. Les clients sont également informés en temps réel de la progression de leurs commandes en se connectant sur leur espace personnel sur DirectFab.

A moyen terme, il est prévu que Directfab affiche la disponibilité de chaque référence présente sur le site via une interface vers le système informatique du fabricant .

Pour l'heure, les deux fondateurs de DirectFab se sont avant tout fixé des objectifs de réalisation : avoir un outil performant qui fonctionne bien. Cette mission semble d'ores et déjà accomplie. Ensuite, d'ici un an, l'heure sera aux objectifs en terme de nombre de distributeurs et de chiffre d'affaires. DirectFab compte alors sur un allié de poids : le bouche à oreille. «Si la plate-forme remplit bien le rôle pour lequel elle a été conçue, elle se développera » assurent les deux fondateurs.

Agnès Richard