

CAS CLIENT PARIS

MRC Modélisme en pince pour la solution de Sage

Grâce à son outil de commerce en ligne, l'importateur spécialisé dans le modélisme a fortement accéléré l'approvisionnement de ses revendeurs.

Pour son site de vente en ligne, MRC Modélisme s'appuie sur le module e-commerce de Sage. L'importateur de pièces détachées pour modèles réduits, qui vend exclusivement en indirect à une clientèle de quelque 300 revendeurs spécialisés, voulait en effet faire fructifier son catalogue riche de plus de 6000 références. Il y a quatre ans, MRC Modélisme avait déjà investi dans un site vitrine accessible aux clients finaux afin d'imposer son catalogue comme un *must* et de générer de la demande pour ses revendeurs. « *Mais les passionnés de modélisme ne sont pas patients, note Patrick Rigot, patron de la société. Ils veulent la pièce convoitée tout de suite. Or les revendeurs ne peuvent stocker que le strict minimum. Du coup, ce site engendrait de la frustration, car les clients avaient rarement leur*



Le modélisme compte encore de nombreux aficionados, jeunes ou moins jeunes, mais tous désireux de trouver au plus vite les pièces qui leur manquent.

Florence Durand

matériel avant sept ou huit jours.» Ce problème est résolu avec le module e-commerce de Sage (un choix naturel pour l'importateur, qui utilise depuis longtemps la Ligne 100) que lui a fourni Zoom, un revendeur parisien de l'éditeur. Désormais, les partenaires de MRC Modélisme peuvent commander en ligne, ce qui ramène le délai d'approvisionnement à 48 heures. Et ce n'est pas le moindre avantage de la solution: l'importateur publie en ligne son catalogue, avec la disponibilité des produits et leurs prix, et récupère les commandes qui arrivent sous forme électronique dans son système de gestion. Mieux, grâce à la licence «boutique» optionnelle

qu'il a prise pour l'un de ses revendeurs, Hobbistar, les clients finaux peuvent eux aussi commander en ligne via ce dernier. Un plus pour MRC, car seuls 20% de ses partenaires ont une connexion Internet haut débit, qu'ils emploient rarement pour acheter en ligne. Si bien que ce sont les clients finaux qui utilisent le plus son système de vente *on line*. L'importateur estime que, depuis qu'il est équipé, Hobbistar a doublé son CA, incitant quatre autres partenaires à vouloir faire de même. Si les commandes électroniques ne représentent encore que 3% à 4% de ses ventes, MRC fait état d'une hausse de 25% son chiffre d'affaires en un an.

JOHANN ARMAND