VIGIE INSIGHTS

Dans la profusion des marketplaces, comment émerger ?

L'intensification de la concurrence entre opérateurs de marketplaces accélère la nécessité d'une réactivité accrue aux attentes des clients.

Alors que faire ?

La réponse est simple : ***utiliser un système de pilotage basé sur les données de marché qui vous indique où et comment agir.***



vigie

Observer le marché

DE LA VEILLE MANUELLE AU PROJET SCRAPING. CHRONOPHAGE ET PEU EFFICACE.

Les équipes marketplace maîtrisent bien la connaissance de leurs ventes. GMV, marge, stock, conversion : tout est mesuré et suivi par les tableaux de bord.

Ce qui est plus difficile à percevoir, c'est ce qui se passe à l'extérieur, le reste du marché : les produits qui cartonnent chez les concurrents, les catégories qui grossissent chez les autres, les vendeurs qui font du volume là on ne s'y attendait pas.

Donc tout le monde est d'accord : il faut regarder ce qui se passe sur le marché.

Mais comment?

Beaucoup d'équipes s'y collent à la main, en allant voir les best-sellers sur les sites concurrents, en regardant les tendances sur les réseaux sociaux, en comparant les prix d'une plateforme à l'autre, une par une. Comme chacun sait, c'est long, chronophage et plutôt inefficace.

L'équipe IT vient parfois à la rescousse avec un "projet scraping" automatisant la collecte de données pour montrer les produits vendus par les concurrents avec leur prix.

Ou bien on utilise un prestataire de scraping. Mais les résultats sont mitigés.

L'équipe reçoit une donnée fortement bruitée. Il y a des milliers de lignes de produits et leurs prix. On essaie de comparer avec les EAN, mais cela ne fonctionne pas toujours. La data est là, mais en tirer parti est une autre paire de manches ?

Les listes obtenues deviennent très vite obsolètes. Si l'équipe se remet dessus trois mois après, elle voit que beaucoup de produits, voire leurs vendeurs, ont disparu. Le temps perdu à reconstruire et vérifier était trop important.

> *On a fini par abandonner, après avoir consacré des centaines d'heures et appris pas grand-chose.*

Témoignage d'un responsable performance marketplace

Pourquoi une liste scrapée ne suffit plus

LE RECRUTEMENT DES MEILLEURS MARCHANDS EST DEVENU PLUS DIFFICILE.

C'est beaucoup plus facile de convaincre un marchand quand on lui chiffre le gain qu'il pourrait faire chez nous, et sur quels produits.

Témoignage d'un Business Developer

Les meilleurs vendeurs sont sur-sollicités par les marketplaces, suite à l'amplification de la concurrence. Pour l'équipe de Business Development, il ne suffit plus d'envoyer un mail pour recruter. Il faut, pour convaincre un marchand de devenir partenaire, s'adresser à lui avec des éléments personnalisés, par exemple :

- Communiquer précisément le potentiel de chiffre d'affaires qu'il pourra réaliser sur la nouvelle marketplace.
- Sélectionner les produits du marchand plus adaptés au public et à l'image de la marketplace, tout en montrant sa complémentarité avec les marketplaces où il est déjà présent.

LES CLIENTS ACHÈTENT UN PRODUIT. NON UN MARCHAND.

Une liste scrapée de marchands ne donne pas d'indication sur les meilleurs produits à intégrer à la marketplace. Le choix d'un produit peut alors se faire de deux façons :

- Soit en recrutant un vendeur qui distribue ce produit sur une marketplace concurrente.
- Soit en demandant à un vendeur existant d'intégrer ce produit à son offre.

Comme le recrutement de certains marchands devient difficile, il est parfois plus simple de solliciter un marchand déjà partenaire et réactif afin qu'il ajoute tel ou tel produit à son catalogue.

CERTAINS MARCHANDS NE METTENT PAS À JOUR LEUR CATALOGUE SYSTEMATIQUEMENT

Une liste scrapée de vendeurs ne permet pas de repérer les produits proposés par ses marchands partenaires sur les autres marketplaces. Il faut pour cela pouvoir repérer les best-sellers sur les plateformes concurrentes et croiser avec son propre catalogue.

La solution, Vigie

VIGIE, UN SYSTÈME DE PILOTAGE DE CROISSANCE DES MARKETPLACES

Le scraping avance à l'aveugle. Il faut un système de pilotage pour orienter la collecte vers les données réellement pertinentes assurant la croissance du GMV pour sortir du lot et permettant à la marketplace de se démarquer.

Tous les lundis, Vigie adresse à l'équipe de la marketplace 50 suggestions de produits à fort potentiel de GMV. Ces suggestions peuvent déboucher sur 3 types d'actions :

- Recrutement d'un nouveau marchand.
- Demande à un marchand partenaire de compléter son offre.
- Adapter d'un prix.

Les suggestions Vigie permettent de focaliser les efforts de l'équipe sur les produits à potentiel.

Témoignage du Leader de l'équipe Business Development d'une marketplace

Et bien sûr, une réactivité quasi-immédiate aux attentes des clients !

Nous mettons aussi à disposition nos millions de données aux équipes data qui peuvent conduire leurs propres analyses. Pour les équipes métiers, nous nous concentrons sur le pilotage et l'alignement des priorités stratégiques.

L'IA AGENTIQUE AU SERVICE DE LA CROISSANCE DE VOTRE GMV

Nous avons construit une infrastructure unique d'agents IA, combinée à des modèles de géométrie différentielle et d'analyse combinatoire, qui collectent, structurent, normalisent et chiffrent le e-commerce à la maille produit.

Vigie est l'un des très rares acteurs capables, sur des milliers de catégories, de distinguer les catégories, produits et vendeurs qui performent le mieux, et de le chiffrer.

Le pilotage Vigie donne le cap, apporte l'agilité et accélère le retour sur investissement.

Qui sommes-nous ?

Vigie est une entreprise innovante basée à Lille, spécialisée dans le pilotage de la croissance des marketplaces créée en 2016 par Karl Leicht.

NOTRE MISSION

Permettre à nos clients de concurrencer les géants du e-commerce en jouant à armes (presque) égales

COMMENT ?

Vigie accompagne ses clients (retailers, opérateurs de marketplaces, vendeurs en ligne) à adapter leur offre produits aux évolutions rapides du marché.

NOUS CONTACTER

karl@vigie.co

