

« La refonte de notre site Web a permis de mieux fidéliser nos clients et de gagner en notoriété. »

Histoire d'un projet Web, pièce maîtresse d'une stratégie de différenciation réussie pour une PME...

Face à de gros acteurs européens sur le marché de l'enveloppe, la société Sepieter, PME de taille moyenne, a fait de son positionnement vente à distance un axe majeur de sa stratégie de différenciation. Pour Jean-Michel Hermet, Directeur Général, le déve-



veloppement de l'entreprise passe par « une stratégie de niche, basée sur la vente directe et la personnalisation du service et de la relation clientèle ».

Basée à Leers, l'entreprise Sepieter compte deux bureaux commerciaux

Synthèse pour dirigeants

Création Web

PME familiale créée en 1910, maintenant intégrée au groupe Hamelin, la société Sepieter est le spécialiste de tous les imprimés à usage postal. En compétition avec de gros acteurs de taille européenne, la société a choisi une voie stratégique originale : la différenciation par la personnalisation du service. Grâce à un ERP maison performant, l'entreprise a développé un site Web pour ses clients offrant un haut niveau de personnalisation des devis et la configuration on-line et en temps réel des enveloppes ainsi que le suivi de commandes.

Implication managériale

Grâce à ce choix stratégique, Jean-Michel Hermet, Directeur Général de la société, a su conforter la place de Sepieter dans un marché très concurrentiel.

pour la Belgique, un pour l'Allemagne et un pour les Pays-Bas. Enfin, le Royaume Uni est servi par l'intermédiaire du site web en anglais. Le site existe aussi en allemand ainsi qu'en Néerlandais et en Flamand pour la Belgique (soutien du détail oblige).

PME de taille modeste face à ses concurrents, la société a su développer un ERP maison, moteur du développement de services à forte valeur ajoutée.

Avec un Chiffre d'Affaires de 22 millions d'euros en 2001, la société possède une part de marché de 4,53 %, face à de gros acteurs européens : le Groupe Tompla (La Couronne et Ghesquière), GPV, En-

velKuvert ou ManuParis.

Un panel de services en ligne inédits

Pour répondre aux besoins de ses clients, Sepieter innove en permanence pour proposer les services en ligne les plus performants : réalisation de produits en temps réel sur le site, visualisation des Bons à Tirer, validation en ligne, suivi de production et de livraison.

Lancée en juin 1998, la première version du site Internet www.sepieter.com permet de positionner l'entreprise sur un marché très concurrentiel.

Le nouveau site Sepieter.com a été lancé, quant à lui, en avril 2003.

La société a très tôt décidé de transformer son savoir-faire technologique en atout de différenciation fort. Notre métier est triple, souligne le Directeur Administratif et Financier : nous sommes à la fois fabricant, imprimeur et vendeur à distance, le tout pour un groupe de taille modeste. Exister sur ce marché passait forcément par une stratégie de niche qui puise sa source au cœur même de notre système d'information. Le développement sur mesure de notre ERP nous permet ainsi de proposer des services en ligne innovants, spécifiques à notre métier et à notre taille.

L'entreprise en bref

Activité : Créée en 1910, Sepieter, fabricant et imprimeur, est le spécialiste de tous les produits imprimés à usage postal.

Siège social : ZI Roubaix Est 10, rue Trieu du Quesnoy 59115 Leers

Effectif : 150 personnes

Capital social : 1 million €

Les coûts

« Donner un chiffre serait sans grand intérêt. Le coût de la mise en œuvre n'est pas ici la donnée pertinente. En tant que Directeur Général, vous devez à certains moments juger un projet non plus seulement sur ses aspects financiers, mais en fonction de votre stratégie d'entreprise. »

M. Jean-Michel Hermet (DG)

Les gains

Marketing : Différenciation et fidélisation par la personnalisation du service.

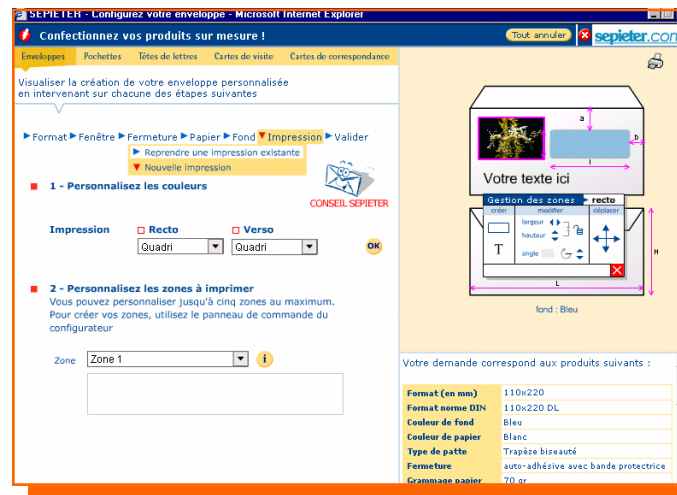
Opérationnel : Réduction des délais de fabrication :
BAT : 1 jour / 3 jours avant
Impression : - 1 jour après signature de BAT
200 devis traités par jour

Financier : NC

Accompagnement



Contact : Arnaud MONNIER
Tél. : 03 28 330 830
Mail : contact@altima.fr



Le Web au service de la personnalisation BtoB
Le configurateur sur le site www.sepieter.com

Jusqu'en avril 2003, le site Internet n'avait pas connu d'évolution majeure. Aussi, début 2001, Sepieter a initié une grande réflexion autour de la mise en chantier de la version deux avec pour objectif de développer un très haut niveau de services personnalisés à l'attention des clients.

Ces nouveaux développements tirent parti des derniers investissements technologiques de l'entreprise.

Un configurateur d'enveloppes...

La mise en place du configurateur d'enveloppes est une évolution importante de la personnalisation de l'offre. Grâce à cet outil, Sepieter propose une véritable individualisation de la relation, dans la mesure où chaque client peut créer sa propre enveloppe on-line, indépendamment de tout gabarit standard et autres produits de la gamme Sepieter. Ce projet était dans les cartons depuis plusieurs mois, mais il a fallu attendre le portage de la technologie Flash 6 sur Mac pour pouvoir ouvrir ce service. Fin 2002 les conditions étaient enfin réunies.

Pour gagner un temps précieux.

Face à des clients de plus en plus exigeants et de plus en plus pressés, ce configurateur est pour Sepieter une bonne façon de leur proposer une réponse opérationnelle à ce double impératif. Le BAT en ligne permet au client de veiller au respect de sa demande sans étapes supplémentaires qui peuvent être sources d'erreurs. De plus, le temps réel permet de gagner du temps par rapport au processus off line. Ainsi, alors

qu'un BAT traditionnel pouvait nécessiter 3 jours de travail et de dialogue, le BAT on line permet d'arriver au même résultat dans la journée, dans la session. Couplé à une solution de CTP (Computer To Plate), le BAT on line peut permettre de gagner un jour supplémentaire dans le processus d'impression (5 jours en moyenne).

« Mais nous ne laissons pas notre client pour autant seul avec son ordinateur » tient à préciser Leila Tafat, alors consultante en commerce électronique. Un assistant permet de l'aider dans ses choix (choix du papier, de la forme de la fenêtre, de la pâte, du type de fermeture etc...). De plus, dès qu'il ajoute le produit à son panier et le valide, un e.mail est automatiquement envoyé à son commercial afin de lancer la relation commerciale.

En moyenne, les équipes commerciales sont ainsi capables de traiter 200 devis par jour.

Implication managériale

Dès le début de l'année 2001 la direction de Sepieter a souhaité faire de ce projet Internet un véritable projet d'entreprise. Cette ambition s'est traduite par l'implication forte de Jean-Michel Hermet, le Directeur Général, et de tous les collaborateurs de l'entreprise.

Un chef de projet a été nommé et 7 personnes ont été mobilisées. Enfin un recrutement externe a été réalisé pour la mise en œuvre technique et la coordination avec les sociétés Altima et Norsys en charge du développement.

Deux prestataires valent mieux qu'un !

La réponse conjointe des sociétés Altima (Agence de Communication Interactive) et Norsys (SSI) a retenu

l'attention de Sepieter fin 2001 pour plusieurs raisons : originalité, convivialité et facilité d'usage des interfaces de navigation proposées par Altima et cohérence, fiabilité et pertinence du schéma d'intégration technique proposé par Norsys.

Sur le plan fonctionnel, les interfaces du « Configureur Produits » proposées au client sont développées dans la technologie FlashMX (Macromedia). Cette technologie permet aux utilisateurs de disposer d'écrans rapides à consulter via cette technologie vectorielle, ce qui offre une interface particulièrement claire et conviviale. Cette technologie permet notamment de proposer une boîte à outils complète afin que l'utilisateur puisse réaliser lui-même son produit : choix des dimensions, des caractéristiques, insertion de textes, images, logos... En quelques clics et en une poignée de minutes, le produit choisi prend forme sous les yeux de l'utilisateur qui peut ainsi se rendre compte par lui-même des résultats obtenus.

Sur le plan technique, Sepieter souhaitait minimiser la problématique d'intégration, afin d'éviter d'avoir à empiler des couches logicielles successives venant de plusieurs éditeurs hétérogènes. La solution technique retenue, reposant sur un environnement Java J2EE et sur un serveur d'application interfacé avec une base de données IBM DB2, permettant d'interfacer aisément le serveur Web sous Windows 2000 avec la base IBM DB2 résidant sur le serveur de production AS400 chez Sepieter.

Une démarche labellisée

Le site sepieter.com a reçu la labellisation « Labelsite » soutenue par la FEVAD (Fédération de la Vente à distance) et vient de signer la Charte d'accessibilité des sites Internet de la vente à distance, gérée par la FEVAD et MOVE, cette annonce ayant été faite au dernier salon de la VAD à LILLE en octobre 2004. Ces actions témoignent de l'engagement de la société pour un respect des internautes et pour une transparence de l'entreprise sur le Web. Ceci semble être de bonne augure, le volume de visites ayant progressé de 40% entre la mise en ligne du site sepieter.com et la fin 2003 !

Contacts

Sepieter : Vanessa Lauga
Mail : vlauga@sepieter.com