

## Entre e-commerce et distribution traditionnelle : L'émergence de modèles hybrides

Bruxelles, le 16 Février 2015

*Alors que la distribution traditionnelle s'essouffle et que le e-commerce commence déjà à montrer ses limites, certaines enseignes adoptent un modèle hybride, tirant ainsi profit des avantages des 2 circuits. C'est le cas de Benelux Office, qui utilise le web pour acquérir des leads puis le téléphone pour prodiguer des conseils personnalisés. Zoom sur un modèle atypique, efficace et rentable.*

### E-commerce vs. Distribution traditionnelle



Le e-commerce Belge se porte à merveille, avec une croissance de 25% en 2014. La toile Belge recense plus de 41 000 sites de e-commerce. Et si 1 belge sur 3 commande en ligne chaque mois, c'est surtout parce que c'est « plus pratique et souvent moins cher ». Coté vendeur, le web permet de toucher une cible plus large, facilite la vente à l'export, et permet de récolter de précieuses informations sur les clients. Le e-commerce se prête particulièrement bien à certains secteurs. Ainsi, en Belgique les produits les plus populaires sur le net sont l'habillement (49%), les voyages (40%) et les livres (32%).<sup>1</sup>

Mais, de nombreux acteurs e-commerce peinent encore à se développer. Pour le Consultant en Stratégie Digital Belge Cedric Cauderlier, « l'offre en e-commerce atteint ses limites. Sur les sites, les conseils sont souvent inexistant, les éléments de confiance souvent négligés ». Ce manque de conseil devient surtout problématique lorsqu'il s'agit d'achats impliquants ou techniques. L'offre des pures players du web arrive-t-elle à ses limites face aux acteurs de la distribution traditionnelle?

### L'exemple de Benelux Office

Loin d'opposer e-commerce et distribution traditionnelle, Benelux Office, distributeur de mobilier professionnel, tire profit de la complémentarité des deux modèles. La société profite de la grande visibilité offerte par le web pour présenter ses produits sur [www.benelux-office.com](http://www.benelux-office.com) et gagner des leads. Puis, des conseillers téléphoniques prennent le relais, offrant des conseils personnalisés permettant de conclure les ventes.

« Le modèle hybride s'est imposé à nous. Notre site web permet aux clients de découvrir et d'étudier nos produits de façon autonome. Mais l'achat de mobilier professionnel reste technique, c'est pourquoi nos ensembleurs accompagnent les clients dans chacun de leurs projets d'aménagement. Cerise sur le gâteau : ce modèle hybride permet de tisser des relations humaines durables avec nos clients et donne un visage humain à notre activité web » confie Stéphane Chardonnet, Directeur Général chez Benelux Office.



Benelux Office est une marque de France Bureau, une PME française qui distribue du mobilier de bureau professionnel. Lors de sa création en 2004, France Bureau est alors le premier acteur à distribuer du mobilier de bureau sur Internet. Grâce à son modèle atypique, la PME résiste face à l'arrivée sur le web des grands groupes spécialisés de la fourniture de bureau. En dépit d'un marché en baisse de 10% en 2014, la société connaît une croissance continue (+9% en 2014). France Bureau amorce son développement à l'international, en répliquant son modèle économique hybride sur le marché du Benelux, au travers d'une marque dédiée : Benelux Office.

###

<sup>1</sup> Source : Comeos - <http://www.comeos.be/menu.asp?id=7568&lng=fr>

Pour en savoir plus : <http://www.benelux-office.com/espace-presse>



### | Contact Presse

**Marie Mure-Ravaud**

Responsable des Relations Presse

Email : [communication@benelux-office.com](mailto:communication@benelux-office.com)

Tel. 02 892 27 83

