

Amazon présent sur le marché des pièces de rechange : 3 choses à savoir pour les fabricants de biens durables

Dans ce contexte où les géants du e-commerce se lancent sur le marché de la pièce de rechange, voici trois choses essentielles que les fabricants doivent garder en tête.

Amazon continue de se développer à un rythme incroyable. L'entreprise de Jeff Bezos pourrait voir ses actions grimper de près de 50% avec le déploiement de son programme d'expédition Prime en un jour au cours de ces douze prochains mois. Pendant longtemps, les craintes de concurrence suscitées par l'expansion d'Amazon se sont longtemps limitées aux catégories traditionnelles de la grande distribution : habillement, loisir, ameublement, etc. Mais avec une stratégie d'expansion sur de nouveaux marchés, les fabricants d'équipements et de biens durables sont aujourd'hui eux aussi concernés.

L'arrivée d'Amazon sur le marché des pièces de rechange automobiles a été très médiatisée. Ce succès, conjugué à l'efficacité sans cesse croissante de l'entreprise en matière de livraison et service à la clientèle, oblige les fabricants à surveiller de près le développement d'Amazon.

Et, à la demande des clients pour une disponibilité maximale des produits (réparation préventive des équipements avant qu'ils ne tombent en panne), la responsabilité de la maintenance passe de l'utilisateur final au fabricant d'origine. Cette évolution crée une opportunité unique et significative pour les équipementiers et constructeurs de se différencier des grands acteurs du e-commerce tels qu'Amazon.

La gestion des stocks de pièces de rechange devient un différenciateur concurrentiel

Ce n'est pas un secret qu'Amazon est une puissance en matière de logistique. Avec son vaste réseau de distribution et son accès aux produits qui semble infini, les fabricants doivent se doter de solutions sophistiquées de planification de pièces de rechange qui fournissent la bonne pièce au bon moment et de manière préemptive, pour éviter aux clients de subir des temps d'arrêt imprévus.

Trop souvent, les organisations de services après-vente des fabricants sont sous-optimisés. Et bien que ces services offrent généralement des marges et des revenus élevés, il existe une opportunité non négligeable d'améliorer l'efficacité des processus, de la technologie et des ressources pour non seulement optimiser les performances financières de l'entreprise mais aussi renforcer l'expérience client.

Car Amazon ne peut résoudre le problème de la maintenance prédictive. Les clients d'aujourd'hui attendent de leur matériel qu'il soit opérationnel sans discontinuité ce qui signifie que les fabricants doivent s'équiper de manière à optimiser les temps d'utilisation des produits mais aussi à effectuer les réparations et la maintenance nécessaires avant qu'une panne ne se produise. Pour ce faire, les fabricants doivent adopter des solutions Cloud qui non seulement identifient le moment et le lieu d'une défaillance mais garantissent aussi que la pièce nécessaire pour la réparation est disponible. Cela offre aux fabricants un moyen unique et significatif de se différencier des acteurs e-commerce tels qu'Amazon.

Les prix des pièces de rechange à l'honneur

Il peut sembler évident que la vente d'une pièce de rechange au prix optimal est un moyen essentiel de maximiser les revenus, les bénéfices et la demande. Malgré cela, les grands fabricants mondiaux utilisent encore des outils traditionnels, comme des fichiers Excel, pour gérer ces ventes avec des méthodes de tarification obsolètes à l'instar du coût majoré plutôt que de s'appuyer sur des algorithmes sophistiqués et basés sur la valeur. Avec une concurrence grandissante et une demande client croissante également, les méthodes manuelles rendront encore plus difficile l'optimisation des prix.

Comment les fabricants peuvent-ils optimiser les prix et créer un avantage concurrentiel par rapport à Amazon ? Les solutions modernes basées sur le Cloud de tarification des pièces de rechange intègrent des données en temps réel provenant de sources multiples telles que les clients, les concurrents, les plateformes IoT et autres systèmes existants, afin de définir une tarification dynamique optimale garantissant ainsi au client final une excellente expérience tout en maximisant les revenus, les marges et les coûts. À mesure que les fabricants évolueront vers un modèle de service plus proactif et connecté, leurs besoins en matière de prix évolueront également. Les équipementiers doivent donc investir dans des solutions de tarification avec des architectures flexibles qui peuvent facilement évoluer à mesure que les besoins évoluent aussi. À l'avenir, lorsque les fabricants fixeront des prix aux contrats de service et aux abonnements, les systèmes manuels traditionnels vont devenir bien trop complexes à gérer.

Les données et l'analytique deviennent une priorité absolue

Alors que le secteur des équipements lourds devient plus concurrentiel que jamais, il est primordial pour les fabricants et fournisseurs de pièces détachées aient une vision globale de l'ensemble de leurs opérations. Amazon investit énormément dans les données et l'analytique pour identifier les comportements des clients et rendre leur expérience d'achat plus efficace. Les OEM doivent non seulement devenir des entreprises axées sur les données mais aussi veiller à ce que celles-ci soient les plus précises possibles.

Le succès de tout processus ou technologie dépend de la qualité des données qu'il contient. Même les technologies les plus sophistiquées au monde ne peuvent produire des résultats probants sans une combinaison de données de qualité, des processus adéquats et des collaborateurs formés à les exploiter.

Face à la concurrence d'Amazon, les fabricants doivent investir dans des solutions permettant non seulement de collecter de nouveaux types de données et de les analyser de manière efficace, mais également de mettre en oeuvre les meilleurs processus pour collecter et exploiter les données appropriées. Les personnes impliquées dans l'analyse des données doivent comprendre comment celles-ci sont collectées et analysées. Il est nécessaire que l'entreprise comprenne comment des données de grande qualité ont un impact sur les résultats finaux. À mesure que de plus en plus d'équipements sont fabriqués avec des composants compatibles IoT, les données disponibles seront de plus en plus nombreuses. Agir sur ces données est le seul moyen d'obtenir les résultats attendus d'un modèle basé sur la disponibilité. Collecter des données de qualité et les analyser efficacement à l'aide des solutions les plus récentes sont une nécessité pour la réussite future.

L'e-commerce a révolutionné la façon dont nous achetons, où nous achetons et finalement nos attentes en matière de processus d'achat. Cela ne doit toutefois pas susciter une peur chez les fabricants. Au lieu de cela, il crée une opportunité pour eux de réévaluer leurs opérations et mettre en oeuvre de nouveaux processus, nouvelles ressources et nouvelles technologies pour créer une différenciation concurrentielle leur permettant de rivaliser avec Amazon et d'améliorer aussi leurs performances financières et l'expérience client.