

HELMUT RIEDER

AU GALOP SUR AMAZON

Fort d'une expérience dans l'industrie et la vente, Helmut Rieder recentre son activité sur l'e-commerce pour créer 2Sales en 2013. Son objectif ? Aider ses clients à vendre leurs produits en instaurant une stratégie e-commerce construite sur un savoir-faire technique et un sens commercial aigu. Avec un produit vendu toutes les quatre secondes et des perspectives d'embauches au plus haut, le succès est fulgurant !

Texte : Marie-Hélène Trouilleux - Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Comment avez-vous eu l'idée de créer 2Sales ?

« J'ai 25 ans d'expérience professionnelle dans des fonctions managériales en finance, vente et marketing au niveau international. En 2000, j'ai créé 2Sales Retail Services GmbH avec un associé. Ils s'agissait à l'époque d'une filiale basée à Trèves, en Allemagne, qui œuvrait d'abord pour le compte de Strong, un fabricant de *set-up boxes* TNT, et ensuite Scott, un manufacturier de produits audio-vidéo. La société avait une activité de *consulting* pour le lancement de produits de consommation de masse en grande distribution. Dès 2003, j'ai créé 2Sales au Luxembourg et j'ai proposé mes services pour le lancement de produits de consommation de masse dans la grande distribution européenne, comme Carrefour ou Media Markt et aussi Amazon. Puis, en 2013, le propriétaire de Scott a vendu sa société à un investisseur. J'ai racheté les parts de l'autre actionnaire avant de recentrer l'activité sur

“
Nous vendons un produit toutes les quatre secondes sur Amazon !
”

l'e-commerce. Notre objectif est d'aider nos clients à vendre leurs produits sur le marché européen, et bientôt au Japon et aux USA, et d'instaurer une stratégie e-commerce construite sur notre savoir-faire. Notre société compte actuellement 70 personnes de 23 nationalités différentes et nous travaillons dans plusieurs langues : anglais, allemand, français, italien, espagnol et, plus

récentement, japonais. Autrichien d'origine et marié à une franco-canadienne, je maîtrise aussi l'allemand, le français et l'anglais.

Quels sont les principaux facteurs de succès de 2Sales ?

« J'ai une longue expérience dans l'industrie et la grande distribution et je suis en contact avec les directeurs commerciaux. Nous parlons le même langage. J'ai aussi une vraie fascination pour les produits. Nous travaillons essentiellement avec Amazon, une plateforme bien établie un peu partout dans le monde. 2Sales s'est positionnée sur une niche. Amazon a fait le choix d'avoir plusieurs sources en concurrence pour un produit en vente sur son site, plutôt que d'avoir une stratégie d'affiliation unique qui proposerait une rémunération à d'autres sites marchands pour la diffusion de ses produits. C'est une ligne de distribution parmi d'autres et il n'est pas évident pour un fabricant de s'y retrouver et de formuler la bonne proposition. Il raisonne très souvent en termes B2B (*business to business*) et non B2C (*business to customer*). Or, entreprises et consommateurs n'achètent pas de la même manière. Nous proposons des services en matière de gestion du contenu avec création de fiches produits en plusieurs langues et optimisation du positionnement dans le moteur de recherche d'Amazon pour faire remonter ces produits au premier plan. Les photos et informations produits influencent à 49 % la décision d'achat. Combiné avec les commentaires clients, ce taux peut grimper à 71 %. Nous intervenons également dans la gestion des ventes par le biais d'analyses et de reportings sur la performance des produits sur Amazon et nous mettons en place toutes sortes d'activités promotionnelles.

Pour quels résultats ?

« Nous avons actuellement plus de 400.000 produits en ligne et plus de 100 marques partenaires, issues de secteurs variés comme le sport, le jardinage, les jouets, l'équipement ménager, la drogue, l'animalerie ou encore les vêtements... Nous vendons un produit toutes les quatre secondes sur Amazon ! Nous nous rémunérons à la commission, entre 1 % et 12 % en fonction des produits, et nous sommes en mesure de doubler le chiffre d'affaires de nos clients dans les 12 premiers mois qui suivent la signature de l'offre. Un de nos clients figurant parmi les leaders mondiaux de l'équipement sportif a réussi à tripler ses ventes un an après son partenariat avec 2Sales. En 2017, nos clients vont générer avec nous un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros sur Amazon et chaque année, nous triplons ce chiffre d'affaires.

Nos clients sont principalement des fabricants européens, des PME familiales et de plus en plus de multinationales, représentant des marques connues des consommateurs.

Comment gagnez-vous de nouveaux clients ?

« Je passe 30 jours par an sur des salons professionnels et je parcours en moyenne 80.000 km chaque année. Pour 10 clients démarchés, j'obtiens un contrat. Ma promesse est d'être capable de doubler leur chiffre d'affaires et de proposer des services multilingues. Il est primordial de savoir se présenter aussi bien en 30 secondes pour accrocher le client qu'en trois minutes lors d'un *elevator speech*, ou en 15 minutes en rendez-vous. Si j'arrive au bon moment, le client signe. Parfois, il me donne son accord quelques mois plus tard. Il faut semer pour récolter, et embaucher pour répondre aux besoins des clients ! Aujourd'hui, les entreprises font appel à nous et nous recommandent auprès d'autres, ce qui est plutôt positif.

Quels sont les nouveaux comportements du consommateur ?

« Déjà plus d'un tiers des consommateurs utilisent leur smartphone dans les points de vente en tant qu'outil d'aide à la prise de décision. Il est faux de croire qu'ils vérifient uniquement le meilleur prix. Ils recherchent des informations sur le produit qu'ils sont ▶



Créée en 2013 par Helmut Rieder,
2Sales triple son chiffre d'affaires
chaque année et comptera une centaine
d'employés d'ici la fin 2017.



De g. à dr. : Jessica Bernardy, head of content; Helmut Rieder, CEO de 2Sales International SA; Marta Ferri, head of human resources; Dr Gero Vierke, CEO d'Infinait Solutions SA et Meiko Fischer, commercial director.

sur le point d'acheter. Ils n'utilisent pas le site officiel du fabricant et ne demandent pas conseil auprès d'un vendeur. Aujourd'hui, le consommateur fait plus confiance à des inconnus qui postent un avis d'utilisateur sur les réseaux sociaux ou qui partagent leur expérience dans les magasins en ligne, en commençant par Amazon. Les commentaires des utilisateurs correspondent aux préoccupations des acheteurs qui vont définir les critères d'achat. Au final, c'est le consommateur qui décide et c'est ce qui fait le succès d'Internet.

Le consommateur est aussi de plus en plus 'paresseux'. Sur Amazon, il suffit de taper deux lettres pour voir un index apparaître avec plusieurs suggestions sur lesquelles il s'agit de cliquer. Le client est amené à découvrir toute une gamme de produits, avec différentes couleurs, des accessoires complémentaires ou des déclinaisons pour des utilisations variées. Cette technique de *cross-selling* ou vente croisée permet d'augmenter les ventes et est très utilisée sur les boutiques en ligne. Le consommateur en ligne est aussi plus susceptible d'acheter par impulsion. Il est donc important de susciter une émotion et des envies, d'accompagner l'utilisateur, de le rassurer et de faciliter son achat jusqu'au paiement.

Quelles solutions proposez-vous ?

« Chez 2Sales, 40 personnes retravaillent en permanence le contenu des produits en ligne, en respectant les différences culturelles. Il s'agit d'adapter le descriptif à ce que

recherchent les consommateurs. Lorsque la question de savoir si un bagage à cabine est aux normes des compagnies low cost apparaît de manière récurrente dans les commentaires, mieux vaut l'indiquer dans le descriptif. Et pourtant, s'il s'agit d'un article de luxe, les fabricants hésitent !

Sur Amazon, la partie visible de l'iceberg pour l'utilisateur représente 30 %, contre 70 % qui constituent le dessous de l'iceberg, c'est-à-dire toute la partie technique. Avant de recentrer les activités de 2Sales, j'ai créé en octobre 2012 Infinait Solutions SA, une société de développement informatique, avec pour objectif d'optimiser les ventes et la gestion du contenu en ligne. 2Sales met en moyenne 10 produits en ligne par jour, en cinq langues. Nous avons parfois plus de 1.000 produits en ligne pour un seul fabricant. Ces produits génèrent une quantité massive de données à analyser, que seuls des informaticiens spécialisés dans le traitement du *big data* peuvent traiter. Nous allons également automatiser certains contenus récurrents. L'automatisation permet de faire baisser les tarifs, d'attirer de nouveaux clients et donc d'embaucher du personnel.

Avez-vous reçu des aides ?

« J'ai reçu une aide financière pour Infinait Solutions SA. En septembre 2012, j'ai obtenu un rendez-vous avec Emmanuel Baumann, premier conseiller de gouvernement au ministère des Classes moyennes, qui m'a mis en relation avec le LIST et Luxinnovation. L'aide financière obtenue par

l'État représentait environ 50 % de nos investissements pour la recherche et le développement, soit presque 600.000 euros. Fin 2016, nous étions 25 personnes. D'ici la fin 2017, 2Sales comptera une centaine d'employés. Ce développement a été rendu possible grâce aux subventions. Je n'ai eu aucun mal à recruter du personnel multilingue, les salaires sont attractifs et les cotisations patronales restent faibles au Grand-Duché ! La traditionnelle stabilité fiscale fait la force du Luxembourg. Mais il est dommage que les banques ne soutiennent pas les jeunes entreprises sans exiger des garanties excessives. Rien que pour le bail des locaux, 240.000 euros sont immobilisés. Cet argent aurait pu être plus utilement employé...

Quel est votre objectif à court et moyen termes ?

« Nous allons poursuivre notre croissance avec Amazon et conquérir de nouveaux marchés. Tous les jours, de nouveaux secteurs s'ouvrent sur Amazon, comme des produits d'épicerie ou de beauté.

Auriez-vous un message fort à transmettre ?

« Il ne faut pas attendre 'La Grande Idée'. Avec 2Sales, je n'ai cessé de m'adapter pour développer la société. La satisfaction de construire et d'entreprendre avec une équipe est très grande. Mais il faut y aller, bouger et trouver des clients ! » ●

www.2sales.eu