



Un an après son lancement, Amazon Business ne cesse de s'enrichir de nouvelles fonctionnalités pensées pour les clients professionnels

Bien que les achats non stratégiques ne représentent qu'une petite dépense pour la majorité des entreprises, ces achats représentent un coût élevé tant sur le plan financier que sur le plan opérationnel

Amazon Business s'adapte à toutes les tailles d'entreprises, pour une gestion des achats plus efficace

Plus de 50% des entreprises du CAC 40 ont eu recours à Amazon Business pour gérer des achats non stratégiques

Luxembourg, le 16 mai 2019. Un an après son lancement, Amazon Business évolue en ajoutant de nouvelles fonctionnalités telles que le circuit de validation multi-niveaux et la gestion de factures adaptées aux besoins spécifiques des entreprises, permettant aux fonctions achats de gagner en efficacité. Amazon Business est au service d'organisations de toutes tailles, qu'il s'agisse de travailleurs indépendants, de petites entreprises, de grandes multinationales, d'écoles, d'universités ou d'organismes caritatifs. Amazon Business sert notamment plus de 50 % des entreprises du CAC 40.

Comme le montre l'enquête menée par Opinion Way pour le compte d'Amazon Business, les achats non stratégiques représentent une dépense peu importante pour la majorité des entreprises. Réalisée auprès d'un échantillon de 1 000 établissements d'au moins 10 salariés de différents secteurs en avril 2019, l'étude souligne toutefois que ces achats requièrent un temps non négligeable. C'est particulièrement vrai dans les entreprises de 50 salariés et plus, où les personnes interrogées passent plus d'une journée par mois à les gérer. Une perte de temps d'autant plus importante que deux entreprises sur cinq rencontrent régulièrement des difficultés avec ces achats, les erreurs de commandes étant celle qui revient le plus souvent, suivie par la difficulté à trouver les prix les plus intéressants. Là encore, ces difficultés sont plus fréquentes au sein des grandes entreprises (+ de 250 salariés), et globalement, ces dernières sont moins satisfaites par le système d'achat existant, notamment en raison de la complexité des rapprochements comptables ; des difficultés souvent proportionnelles au nombre de fournisseurs.

« Nous nous efforçons d'établir un nouveau standard en matière de commerce électronique BtoB pour les clients d'Amazon Business et sommes constamment à la recherche de nouveaux moyens d'innover pour le compte de nos clients », souligne Amélie Veron, responsable d'Amazon Business en France. « Amazon Business est un levier de modernisation de la fonction achat, ouvrant de nouvelles opportunités aux entreprises ».

Un point de vue confirmé par Sandra Delecroix, Senior Business Operations Analyst de l'école Marymount, qui apprécie particulièrement de retrouver l'expérience utilisateur et la qualité de service

Amazon, tout en appréciant les nombreuses fonctionnalités spécialement prévues pour les achats professionnels : « Avec Amazon Business, nous avons pu décentraliser les achats. Nous avons ainsi donné plus de pouvoir aux employés tout en conservant le contrôle avec un circuit d'approbation : chacun a désormais son login et peut ainsi faire son shopping à sa guise. Grâce au reporting, nous avons aussi optimisé la gestion de nos budgets et, de manière générale, nous gagnons un temps précieux en exportant notre historique de commandes vers notre système comptable ».

Pour Attia Mouldi, responsable des Services Généraux dans le cabinet de conseil Bearing Point, l'accès à une large gamme de produits constitue un atout indéniable : « J'apprécie la facilité avec laquelle il est possible de rechercher des produits et la possibilité de voir des alternatives, le tout combiné à l'expérience d'achat d'Amazon enrichie de services vraiment pensés pour les professionnels, comme le paiement sur facture ».

De son côté, Laurent Jeanmaire, directeur des achats de l'ESN SQLI, apprécie aussi la rationalisation des fournisseurs : « Nos achats de catégorie C étaient trop éclatés entre de nombreux fournisseurs, ce qui induisait des pertes de temps considérables en rapprochements comptables. Aujourd'hui, nous concentrons nos achats sur Amazon Business et nous mettons progressivement en place une politique d'approvisionnement, en appui sur les nombreuses fonctionnalités proposées par le service ».

Les nouvelles fonctionnalités incluent :

- Les **circuits de validation multi-niveaux** permettent de gérer des validations à périmètres d'autorités variables et de choisir plusieurs approuveurs d'un même niveau, réduisant ainsi le temps de validation des commandes tout en respectant les politiques internes. Il est également possible de valider les commandes directement sur son mobile.
- L'authentification centralisée **Single Sign On (SSO)** offre aux clients un moyen simple et sécurisé d'accéder à Amazon Business, directement avec leurs identifiants internes. Cela améliore l'expérience des collaborateurs grâce à une connexion simple et transparente, tout en maintenant un niveau élevé de sécurité.
- Les **factures adaptées aux besoins spécifiques des entreprises** permettent de configurer et de gérer plusieurs modèles de factures au sein d'un même compte Amazon Business. Les entreprises peuvent donc envoyer les factures à différentes équipes et inclure des données spécifiques (par exemple code projet, centre de coût, numéro de commande), simplifiant ainsi le traitement comptable. Ces informations apparaîtront également dans les rapports d'achat pour simplifier l'analyse des dépenses.

Parallèlement, les entreprises françaises implantées dans le monde peuvent rationaliser leurs achats à l'échelon international en gérant leur approvisionnement au Royaume-Uni et aux États-Unis, ainsi qu'au Japon, en Inde, en Italie et en Espagne suite aux lancements récents d'Amazon Business dans ces pays.

Par ailleurs, les TPE et PME françaises qui vendent sur Amazon peuvent aussi développer leurs activités et étendre leur zone de chalandise pour gagner de nouveaux clients B2B partout dans le monde. Amazon Business les aide à augmenter leurs ventes à l'export tout en offrant des fonctionnalités dédiées comme une tarification propre aux entreprises, l'application de réductions en fonction des quantités et l'élaboration d'offres commerciales exclusives.

À propos d'Amazon

L'entreprise est guidée par quatre principes : l'obsession client plutôt que l'attention portée à la concurrence, la passion pour l'invention, l'engagement en faveur de l'excellence opérationnelle et la réflexion à long terme. Les commentaires en ligne, la commande en 1-Click, les recommandations personnalisées, le programme Amazon Prime, Expédié par Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, les tablettes Fire, Amazon Echo et Alexa comptent parmi les produits et services initiés par Amazon.