# 07ZR s'oriente vers le modèle Amazon

Le pure player spécialisé dans le pneumatique n'a jamais cessé de muter en quinze ans d'existence. Aujourd'hui, 07ZR amorce un tournant majeur en suivant le modèle du géant américain du commerce en ligne... Sans oublier la poursuite de son développement à l'international.



u 31 décembre prochain, nous voulons être capables de proposer à nos clients facturation centralisée. Nous nous orientons ainsi clairement vers le modèle d'Amazon», déclare d'emblée Jean-Vincent Schaffnit, le directeur général de 07ZR, qui ajoute : «Cela représente un tournant majeur pour nous, car notre rôle ne sera plus simplement de mettre en relation clients et fournisseurs.



## «En nous étendant aussi aux services. nous ne jouons plus seulement le rôle d'une centrale d'achat»

Jean-Vincent Schaffnit, directeur général de 07ZR.

Ce changement est à l'avantage du client, qui peut ainsi obtenir une seule facture pour la commande de multiples produits auprès de plusieurs partenaires.» Parallèlement, la plateforme, réservée à des professionnels de l'après-vente abonnés, compte aussi s'étendre à d'autres pays. Elle est déjà implantée en France, Allemagne, Autriche, Espagne, Italie, Pologne et au Portugal. Son ambition est de se fixer en Hongrie, en Slovénie, en République tchèque et en Roumanie, courant 2023. Elle s'y prépare déjà en travaillant sur les données nationales et en s'apprêtant à étoffer ses équipes.

#### 8 millions de pièces en stock

Si le multiplayer nourrit ces ambitions pour son quinzième anniversaire, c'est d'abord

Jean-Vincent Schaffnit. directeur général de 07ZR.

ont généré un chiffre d'affaires de 240 millions d'euros, grâce à leur activité auprès de 35000 clients en Europe (dont 7000 en France). Et, «depuis le début de l'année 2022, le volume de nos ventes a augmenté de plus de 12 %», précise Jean-Vincent Schaffnit. À l'heure où l'inflation marque l'économie, il préfère raisonner en volume plutôt qu'en chiffre d'affaires, pour mesurer une croissance réelle. La place de marché en ligne s'appuie maintenant sur un catalogue de plus de 3 millions de références, fournies par environ 720 marques d'équipementiers. L'an dernier, elle a augmenté son stock de 30 %. Celui-ci compte 8 millions de pièces. Sur son portail, «leurs prix et leurs disponibilités sont mis à jour en

temps réel grâce à la flexibi-

lité et à l'instantanéité du digi-

tal», souligne Jean-Vincent

parce qu'il se porte bien. Ainsi,

l'an dernier, ses 125 salariés

Pour son quinzième anniversaire, la plateforme - monoproduit du pneu devenue multiproduit, puis centrale d'achat - s'apprête encore à muter vers un nouveau modèle en adoptant la facturation centralisée.

Schaffnit. Il s'enorgueillit de ne pas dépasser 1 % de taux de retours à la suite des transactions sur la plateforme - une performance pour des produits aussi nombreux que techniques. Les pneumatiques restent toutefois encore sa principale spécialité. Ils représentent 75 à 80 % de ses ventes, selon les pays.

#### Succès grâce à la conjoncture et à la stratégie

Malgré les crises de la pandémie et de la guerre en Ukraine, 07ZR tire son épingle du jeu. «En 2021, lors de la troisième vague du Covid, nous avons assisté à une petite baisse d'activité, mais nous avons finalement réalisé une meilleure année qu'en 2019-2020», indique le dirigeant. Il explique ce résultat par plusieurs facteurs. D'abord, la baisse des ventes de véhicules neufs profite à tout le secteur de la réparation. «Les véhicules sont de plus en plus vieux. Ils ont donc de plus en plus besoin de pièces et de pneus.» Ensuite, lors des pénuries, le commerce en ligne au niveau européen permet de trouver l'équivalent du pneu ou de la pièce que le professionnel recherche lorsque la distribution traditionnelle peine à l'approvisionner. Enfin, l'annonce de la loi Montagne a aussi bénéficié à de nombreux pneumaticiens. Comme eux, 07ZR a ainsi vendu davantage de pneus hiver et 4 saisons l'an dernier.

Mais sur le plus long terme, c'est bien la stratégie de l'entreprise qui explique sa survie et son succès sur une décennie et demie. Spécialiste du pneumatique, elle a élargi son portefeuille en investissant pro-

### Quinze ans de mutations

Depuis sa création, 07ZR a connu d'incroyables évolutions qui ont marqué le commerce en ligne. La place de marché a non seulement su s'y adapter pour survivre. mais aussi les devancer pour parvenir à son niveau de développement actuel. «À son lancement en 2007, 07ZR innovait en proposant aux garagistes de passer des commandes en ligne 24h/24 et 7j/7. Nous en étions alors aux débuts du digital, avec la prise de commande en ligne», rappelle Jean-Vincent Schaffnit. Il affirme que la position d'acteur monoproduit était plutôt facile. «Nous nous sommes lancés sur un secteur relativement simple à digitaliser pour le client de l'époque. Le moteur de recherche sur les marques

et propriétés des pneus a été simple à créer, avec environ 90000 références possibles pour le pneu. » Mais le choix de la diversification de son catalogue a progressivement compliqué sa tâche. La place de marché a d'abord commencé à se diversifier avec les iantes et les chaussettes. Au fil du temps, elle a muté en centrale d'achat... Mais le tournant a été réalisé en 2017. «Avec la distribution de pièces, nous avons changé de braquet. Cette activité nous a tirés vers le haut, car si le pneu est un produit simple à identifier, par sa dimension et son fabricant, les pièces nécessitent un moteur de recherche beaucoup plus complexe, avec recherche par immatriculation ou numéro

VIN, pour identifier la bonne référence avec le catalogue des équipementiers», explique Jean-Vincent Schaffnit.

Une Digital Factory en soutien Les garagistes bénéficient maintenant de beaucoup d'aides pour identifier la bonne pièce parmi les millions de références existantes... Et ils s'v sont habitués. Aujourd'hui. 60 % des recherches sur 07ZR sont effectuées par immatriculation. Pour les clients, effectuer des achats sur Internet est devenu banal. L'ergonomie du site doit être constamment optimisée. «Nous nous demandons en permanence comment améliorer notre parcours client.» Des réflexions

sont donc menées entre les équipes de gestion du site et certains clients. Toutes les améliorations et nouveaux services sont d'abord expérimentés en conditions réelles, avant d'être définitivement adoptés. «Auparavant. nous étions incapables de réaliser ce type de tests. Aujourd'hui, beaucoup plus de ressources sont nécessaires qu'il y a quinze ans», observe le dirigeant. Une Digital Factory a été mise en place pour travailler sur le contenu du site. Tandis que des investissements considérables dans la data sont nécessaires... Mais c'est le prix d'une plateforme commerciale internationale positionnée haut de gamme, N.G.

gressivement dans de multiples spécialités. Le professionnel y trouve un guichet unique pour s'approvisionner aussi en lubrifiants, consommables, batteries, pièces détachées et techniques, etc.

#### Une plateforme haut de gamme

Aujourd'hui, «nous ne jouons plus seulement le rôle d'une centrale d'achat sur laquelle le garagiste trouve tout ce dont il a besoin pour son atelier, jusqu'aux produits d'entretien. Nous nous élargissons aux services, avec des assurances et un campus pour former les réparateurs au digital», décrit Jean-Vincent Schaffnit. Chacun de ses SAV et hotlines est assuré par des conseillers parlant la langue locale. Parallèlement, derrière la plateforme, des techniciens sont prêts à intervenir à tout moment au niveau des serveurs, en cas d'urgence. 07ZR mise aussi sur les datas scientists et les algorithmes pour anticiper la demande... Cela permet d'utiliser l'IA (intelligence artificielle) pour proposer de commander sur le

site à partir d'une photo prise par le client. Le dirigeant précise que ces fonctions back-office n'existaient pas auparavant et que «ces efforts sont durs à concurrencer. » Objectif : mettre en valeur la plateforme payante en apportant toujours davantage de valeur ajoutée aux clients. Cette stratégie l'autorise à se positionner en plateforme haut de gamme. Cependant,

ses multiples services représentent d'importants investissements. Si 07ZR peut les absorber, c'est justement grâce à la conquête de nouveaux clients et en se déployant sur de nouveaux marchés. Son développement méthodique compte aussi : avant d'investir quelque part, la plateforme prend toujours le temps d'optimiser la force de ses équipes, explique son dirigeant.

L'amélioration de l'ergonomie et de la data de la plateforme réclame des ressources de plus en plus importantes.

Et de conclure : «Beaucoup de ceux qui ont essayé de nous copier se sont cassé les dents... Aussi, pourquoi sommes-nous toujours là? Parce que nous restons humbles et que les équipes qui gagnent sont celles qui savent durer.» NICOLAS GIRAULT

