

Big Fish

Quand un métier accessoire devient un Core Business

Big Fish, un nom particulier pour une activité particulière. Qui êtes-vous?

Esmeralda Desart: Notre société, constituée il y a 6 ans, est active sur le marché de l'impression numérique, un domaine que je connais depuis de nombreuses années. Plus particulièrement, nous nous concentrons sur les pièces détachées, les accessoires et les périphériques pour imprimantes numériques grand format destinées essentiellement au monde industriel de l'affichage. L'idée est venue du double constat suivant: d'une part, les réseaux de distribution étaient archaïques et cloisonnés: les fabricants vendaient ces pièces à leurs distributeurs, chacun dans leur territoire, qui à leur tour les vendaient à leurs clients et d'autre part, il s'agissait d'un métier accessoire pour les revendeurs de machines et donc non exploité. Or, il est primordial pour les utilisateurs de telles imprimantes que celle-ci fonctionnent: une imprimante à l'arrêt est une imprimante qui coûte de l'argent! Ces deux paramètres, d'une part la dispersion et l'inefficacité des canaux d'approvisionnement, et d'autre part le besoin essentiel de ces pièces pour l'activité de l'imprimeur, dessinaient une belle opportunité. Nous l'avons saisie et nous nous sommes d'emblée, logiquement tournés vers l'e-commerce pour la faire vivre.

Pourquoi le commerce électronique?

Esmeralda: Deux aspects sont importants pour répondre à votre question. Tout d'abord, compte tenu de la diversité des machines, il est essentiel de posséder un large stock afin de répondre rapidement à nos clients. Sur notre site de Gosselies, nous gérons quelque 15.000 références, toutes marques et produits confondus. À l'échelle de la Belgique ou du Benelux, compte tenu

Avec un concept simple Esmeralda Desart s'est attaquée, il y a près de six ans, à la toile d'Internet. Grâce à une approche visionnaire, elle a réussi, en quelques années, à positionner son entreprise au niveau mondial. La gérante de Big Fish, une société située à Gosselies et spécialisée dans la vente de pièces détachées pour imprimantes, a été en mesure d'exploiter pleinement les possibilités qu'offre l'E-commerce et a réalisé une croissance exponentielle. La société a non seulement un rôle unique à l'échelle mondiale, mais également une position de leader qu'il s'avère difficile de concurrencer. "Notre entreprise ne peut fonctionner qu'à un niveau mondial. Grâce à l'Internet, nous avons eu un accès immédiat au marché mondial."

du rythme de rotation des pièces, investir dans un tel stock ne serait pas rentable. Nous avons dès lors abordé le marché plus globalement, à l'échelle mondiale. Sur cette base, Big Fish étant une PME, il est impensable d'envisager un réseau de représentants à travers le monde. Le Web s'est, dès lors, imposé comme une solution simple et efficace en termes de communication et de commercialisation. Contrairement au B2C, dans le B2B, les budgets marketing peuvent être restreints et plus ciblés. Le référencement sur internet nous permet de toucher nos clients dans le monde entier ...

Apparemment, cela vous a réussi?

Esmeralda: Oui, mais nos 15.000 références ne se sont pas vendues du jour au lendemain et un site web seul ne suffit pas. Néanmoins, notre croissance a été très rapide et s'explique par quatre facteurs: la spécialisation, la qualité du service, le partage d'information et la réactivité.

La spécialisation d'abord: l'activité de Big Fish s'inscrit dans un créneau très particulier et très précis, une niche dans une niche. Quand on se lance dans un monde spécifique comme celui-là, le bouche-à-oreille est un phénomène naturel mais déterminant. C'est à ce niveau que la qualité du service intervient, nous offrons plus qu'une "simple" pièce de rechange. Le partage d'information est tout aussi important: nos clients ou clients potentiels entrent dans une communauté et seront enclins à opter pour celui qui leur donne des informations correctes et utiles. Ainsi, Big Fish met en ligne des procédures et des vidéos spécialisées qui permettent à ses clients d'installer eux-mêmes les pièces qu'ils nous commandent – pour eux comme



Esmeralda Desart, Big Fish

pour nous, c'est une source évidente d'économies de coûts. D'ailleurs, ce partage des connaissances et des responsabilités, c'est également l'une des raisons qui expliquent la fidélité de notre personnel, qui se sent impliqué dans le projet de la société.

Et la réactivité?

Esmeralda: Cette réactivité repose sur deux piliers. Il y a notre site Internet mais également la gestion du stock et de la disponibilité des pièces. L'ensemble repose sur un ERP puissant nous permettant d'automatiser un maximum d'opérations et d'informer rapidement nos clients quant à la disponibilité de la marchandise, de l'envoi, ... Le second pilier réside dans la "proximité", bien que nous n'ayons aucun contact physique avec nos clients. Lorsqu'un client nous envoie un mail, quel qu'il soit, nous y répondons dans les 15 minutes et ce 20 heures sur 24. Chaque membre de notre personnel parle couramment quatre langues ; au total, nous en couvrons huit, du français à l'anglais en passant par l'italien ou le polonais. Autre élément de proximité: le feed-back de nos clients, qui nous permet de nous améliorer. Quand il n'est pas spontané nous allons le chercher au travers d'enquêtes de satisfaction ou de demandes focalisées. Cette interaction apporte une dimension humaine, gage d'excellence, même sans contact physique. Nous privilégions le contact via le site ou les mailings – mais sans être intrusifs et en mettant l'accent sur l'information. Ceci est un des secrets de la réussite de notre web shop: publier du contenu et de l'information. Les clients viennent pour l'intérêt du site.

Votre société affiche déjà une belle réussite. Quels sont vos défis pour l'avenir?

Esmeralda: Nous avons plein de défis, il ne faut jamais

se reposer sur ses lauriers! Sur le plan mondial, Big Fish doit conserver sa position de leader, ce qui n'est jamais facile. Comme tous les leaders, nous sommes en ligne de mire et nous n'avons pas droit à l'erreur. Notre société est en croissance depuis sa création, les aspects de gestion deviennent de plus en plus importants. On ne gère pas 15 personnes de la même manière qu'on en gère 2. Un grand défi lié à la croissance sera donc de rester visionnaire sans oublier d'être un manager, trouver le juste équilibre entre les coûts d'exploitation et la création de valeur. En Europe et particulièrement en Belgique, les charges pèsent lourdement sur les résultats ... Nous allons également développer les marchés sur lesquels nous ne sommes pas présents: l'Amérique du Nord en 2014 après l'Amérique Latine et l'Asie en 2013.

Deloitte Fiduciaire vous aide dans votre développement. Pourquoi avoir fait appel à eux?

Esmeralda: Au cours de ma carrière passée, j'ai eu l'occasion de travailler avec des bureaux d'audit/comptabilité de petite taille à moindre coûts mais je devais corriger et revoir le travail. Depuis la création de Big Fish, c'est Deloitte Fiduciaire qui m'accompagne et me conseille, je peux dès lors investir tout mon temps dans mon métier tout en gardant une certaine tranquillité d'esprit; je sais que je peux me reposer sur eux. Leurs services vont au-delà du conseil comptable ou fiscal: par exemple, pour un problème d'exploitation en Russie, ils se sont penchés sur la question pour moi, plus rapidement et mieux que je n'aurais pu le faire. De plus, ils ont une multitude de spécialistes qui sont à mon service: c'est un grand groupe tout en restant une petite structure, avec des interlocuteurs proches qui me comprennent et que je connais bien.