

# Anaconda Sports marque un point grâce à une solution de commerce électronique IBM réactive, déployée en un temps record.

## Points forts

### ■ Le défi

Ce vendeur d'articles de sport en ligne disposait d'une infrastructure Web devenue insuffisante. Cela l'empêchait de répondre aux demandes de ses clients, entraînant des coûts de maintenance élevés et détournait son attention des aspects marketing de son activité. Tous ces points constituaient donc un frein au développement de ses bénéfices.

### ■ Pourquoi un système à la demande ?

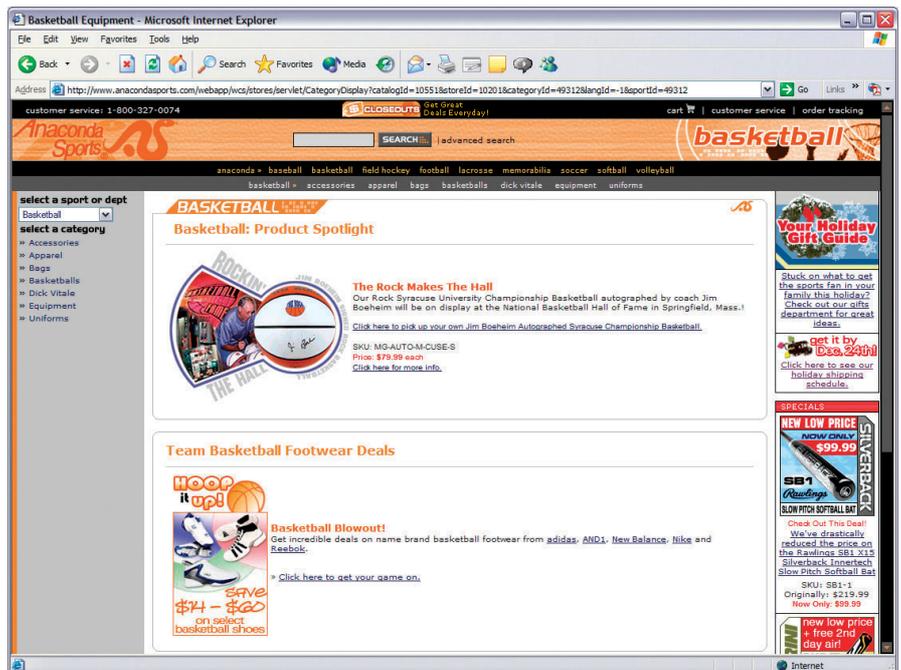
Anaconda avait besoin d'un site de commerce en ligne hébergé robuste basé sur un modèle de coût variable, afin d'accroître sa réactivité face à ses clients, de réduire ses frais fixes et de se recentrer sur ses activités marketing.

### ■ La solution

La solution de commerce électronique hébergée proposée à Anaconda lui offre des outils pour créer et gérer des promotions personnalisées, et une bande passante suffisante pour répondre à la demande sur un modèle de coût variable. L'entreprise peut désormais se concentrer sur ses objectifs marketing.

### ■ Principaux bénéfices

Une augmentation du chiffre des ventes de 20 % sur une période de trois mois et un retour sur investissement de 100 % prévu en un an maximum, avec un accroissement des commandes en gros et la capacité d'évoluer pour prendre en charge une augmentation de 67 % du nombre de visiteurs.



Le vendeur d'articles de sport Anaconda Sports est l'inventeur du ballon de basket "The Rock", utilisé aujourd'hui par de nombreuses équipes de basketball, dont les célèbres Orangemen de Syracuse.

Aucun exploit d'un joueur de première division ne peut égaler la joie d'un enfant de dix ans qui marque le but permettant à son équipe de remporter le match. Au service du marché amateur, le vendeur d'articles de sport Anaconda Sports (Anaconda) connaît également le goût de la victoire. Aujourd'hui, cette entreprise de 150 employés est devenue le premier fournisseur américain d'articles de sport pour les équipes de ligue amateur et l'athlétisme scolaire.

Basée à Kingston, New York, Anaconda (www.anacondasports.com) vend à des grossistes, des grandes surfaces, des distributeurs et également au grand public.

*“Nous étions trop occupés à répondre aux plaintes, à gérer les urgences et à effectuer des tâches manuelles fastidieuses pour traiter nos commandes. Résultat : nos clients étaient mécontents et allaient naturellement voir ailleurs.”*

– Rob Meyer, responsable des services Internet, Anaconda Sports, Inc.

## Anticiper et traiter les demandes des clients et du marché, en temps réel

### Les avantages d'un système à la demande

- Une meilleure réactivité face aux demandes des clients a permis une augmentation de 20 % des ventes en ligne sur une période de 3 mois.
- Un cycle de développement et d'implémentation de seulement 6 semaines, une solution de base constituée pour 70 % de fonctionnalités WebSphere Commerce prêtes à l'emploi, 30 % de programmes personnalisés pour l'intégration aux systèmes de traitement des commandes.
- Un retour sur investissement de 100 % attendu en un an maximum, grâce au développement des ventes et à la réduction des coûts administratifs et informatiques.
- Une augmentation des commandes en gros (équipes de ligue et organisations scolaires), comprises entre 5 000 et 10 000 dollars.
- L'élimination des coûts fixes élevés, au profit de coûts variables liés à l'utilisation.
- La possibilité de créer des promotions ciblées et des campagnes marketing en l'espace de quelques heures, ou encore des sites Web en moins de 2 jours, à l'aide de WebSphere Commerce.
- Une évolutivité permettant de gérer une augmentation de 67 % des visiteurs.

Anaconda a généré un chiffre d'affaires de 50 à 60 millions de dollars au cours de la dernière année fiscale, en vendant des équipements de base-ball, de football américain et de basket-ball, et bien d'autres articles de sport, via sa force de vente en ligne, ses services de publipostage et son unique magasin traditionnel situé à Kingston.

Même si son chiffre de ventes par Internet était à la hauteur de ses objectifs financiers, l'entreprise était convaincue qu'elle aurait pu générer des bénéfices encore plus élevés avec une infrastructure Web adaptée. En effet, son site Web, mis en place de nombreuses années auparavant et hébergé par une entreprise locale, n'était pas intégré avec les entrepôts ni avec les services de vérification des cartes de crédit. Les opérateurs de saisie devaient ré-entrer toutes les commandes afin qu'elles puissent être exécutées, puis contacter individuellement chaque client par téléphone ou par e-mail pour obtenir et vérifier les informations de carte de crédit. Sans aucun moyen de se défendre contre les clients mal intentionnés, Anaconda Sports perdait chaque année des milliers de dollars en raison de l'utilisation frauduleuse de cartes de crédit. En outre, le site était souvent indisponible, et la maintenance, la réparation et l'optimisation du portail informatique s'avéraient difficiles, coûteuses et fastidieuses. Enfin, l'entreprise devait sacrifier des semaines entières et des milliers de dollars pour mettre en place des campagnes de promotions et de vente incitative pour ses principaux clients, avec les magasins distribuant sa marque. En raison de toutes les limites que nous venons d'évoquer, les clients, notamment les ligues, les associations scolaires et d'autres acheteurs en gros, ont commencé à se tourner vers d'autres fournisseurs en ligne.

" Nous avons perdu notre capacité à répondre aux demandes de nos clients en ligne, car nous étions trop occupés à répondre aux plaintes, à gérer les urgences et à effectuer des tâches manuelles fastidieuses pour traiter nos commandes, " reconnaît Rob Meyer, responsable des services Internet chez Anaconda Sports, Inc. " Nous ne parvenions plus à satisfaire nos clients et ils se sont donc tournés vers d'autres fournisseurs. En outre, nous ne pouvions plus nous concentrer sur notre objectif principal, qui consistait à attirer davantage de clients qui commandent de gros volumes et devenir leur fournisseur exclusif. "

Anaconda avait besoin d'une infrastructure de commerce électronique robuste, sécurisée et abordable, afin d'assurer le fonctionnement de son magasin virtuel et de répondre aux demandes de ses clients en ligne. L'entreprise souhaitait également remplacer son site Web très onéreux en termes de maintenance, par une solution hébergée basée sur un modèle de coût variable, qui lui permettrait de réduire ses frais fixes et de se concentrer sur ses principaux objectifs marketing. Enfin, elle était en quête de puissants outils de marketing et de gestion des catalogues, afin que ses équipes commerciales puissent atteindre plus facilement les objectifs fixés.

### Le système de vente automatisé transforme l'essai

Avec l'aide d'IBM Premier Business Partner Strategic Computer Solutions (SCS), Inc., Anaconda a mis en place une infrastructure robuste pour son magasin virtuel. Le nouveau système, capable d'intégrer les processus de commande et d'administration d'Anaconda, offre un niveau de réactivité beaucoup plus élevé par rapport aux demandes des clients. Le nouveau magasin en ligne est intégré avec les systèmes administratifs et les services d'expédition et de vérification des cartes bancaires. Il permet à l'entreprise de répondre automatiquement aux demandes de ses clients et de traiter les commandes sans aucune confirmation ou saisie manuelle. L'infrastructure sous-jacente, basée sur IBM **@server** BladeCenter et Linux®, offre une robustesse accrue qui permet d'améliorer la qualité du service et d'assurer

le bon fonctionnement du système de vente. Libéré de la gestion des plaintes et des tâches de reprogrammation imposées par les nombreuses urgences, le personnel peut désormais se consacrer à la mise en place de nouvelles campagnes marketing et à la création d'opportunités de vente croisée et de vente incitative. SCS héberge le site, moyennant une rétribution variable basée sur l'utilisation : cela permet à l'entreprise de réduire ses frais pendant les périodes creuses.

“ J'ai su immédiatement que le changement avait été bénéfique, car mon travail au quotidien avait changé. ”, déclare M. Meyer. “ Je ne passe plus mon temps à harceler nos informaticiens, notre service clientèle et notre fournisseur Web. Je me consacre désormais au développement de nos relations avec différentes organisations sportives, et à la création de campagnes pour vendre toujours plus de bâtons, de balles et de gants. ”

### Performance et évolutivité

Pour répondre aux besoins d'Anaconda en termes d'évolutivité et de performance, SCS a utilisé IBM WebSphere Commerce, une solution de commerce électronique intégrale et évolutive basée sur des standards ouverts, qui permet des transactions électroniques instantanées. Cette solution utilise les technologies IBM WebSphere Application Server et IBM DB2 Universal Database. IBM TotalStorage FAST700 Storage Server protège les données sur le long terme. Le produit fonctionne sur une machine IBM @server BladeCenter robuste et évolutive qui exécute à la fois Linux et Windows®, afin de garantir un niveau optimum de performance et d'évolutivité.

“ Le système BladeCenter nous permet d'évoluer au rythme de notre croissance, simplement en ajoutant des lames ( “ blades ” ), affirme Darrin Nelson, vice-président, Software and services, SCS. “ La capacité de WebSphere Application Server à gérer une demande importante est également un atout essentiel dans le cadre de la stratégie de croissance d'Anaconda. Ses fonctions de traitement multiprocesseurs font de WebSphere Application Server une base solide pour la construction d'un site Web fiable, capable de s'adapter facilement aux pics de demande. ”

SCS a choisi d'exécuter DB2 Universal Database sous Linux, pour des raisons de coût, de fiabilité et d'évolutivité. Les contrats de licence qui lient Anaconda et ses partenaires de ligue (Babe Ruth League, Men's Senior Baseball, Boys and Girls Clubs, etc.) génèrent de gros volumes de données. “ Nous savons que DB2 sous Linux peut gérer jusqu'à quatre téraoctets de mémoire vive. ”, déclare Darrin Nelson. “ C'est donc la solution idéale pour ce type d'entreprise. ”

### Des fonctions prêtes à l'emploi pour un développement plus rapide

Dépassant toutes les attentes d'Anaconda en termes de rapidité d'implémentation, WebSphere Commerce a permis de mettre en place le site en seulement six semaines. “ Plus de 70 % du site est constitué de fonctionnalités WebSphere Commerce prêtes à l'emploi. ”, ajoute Darrin Nelson. En outre, SCS a intégré ce nouveau moteur de commerce électronique avec les systèmes de stock, de dépôt et de traitement des commandes existants d'Anaconda, mais aussi avec les dispositifs VeriSign pour la validation des cartes de crédit, et UPS pour la validation des adresses.

Un des principaux objectifs d'Anaconda était de pouvoir utiliser rapidement les technologies du site pour créer des offres spéciales et des sites de marque pour ses clients de la ligue. Grâce à IBM WebSphere Commerce Accelerator, ensemble d'outils puissants à base d'assistants inclus dans WebSphere Commerce, l'entreprise peut développer et publier de

## Principaux composants

### Logiciels

- IBM WebSphere Commerce
- IBM WebSphere Application Server
- IBM DB2 Universal Database
- Red Hat Linux

### Serveurs

- IBM @server BladeCenter
- IBM TotalStorage FAST700 Storage Server

### Partenaires commerciaux

- Strategic Computer Solutions, Inc.
- VeriSign, Inc.

*“ Nous pouvons faire face à toute nouvelle évolution de la demande. Grâce à SCS et IBM, nous disposons des outils et de la bande passante dont nous avons besoin, à la demande. ”*

– Rob Meyer

nouveaux sites en moins de deux jours, et programmer des offres spéciales, par exemple des remises à base de règles, en quelques heures. " Avec notre ancien environnement Web, nous devons investir trois à six semaines de notre temps, et des milliers de dollars, pour implémenter de nouveaux sites ou même simplement pour apporter des modifications. A présent, nous pouvons collaborer avec nos équipes marketing, identifier les promotions les mieux adaptées et les implémenter en quelques heures ou en quelques jours, sans frais supplémentaires. ", déclare Rob Meyer.

### Réduction des transactions frauduleuses

Avec l'aide du partenaire commercial IBM VeriSign, Inc., Anaconda a mis en place les services de protection contre la fraude de VeriSign, afin de se défendre efficacement contre les utilisateurs mal intentionnés. Depuis l'installation de ce service, Anaconda n'a pas perdu un seul dollar en raison de créances irrécouvrables. " Très peu de solutions sont capables de faire leurs preuves aussi rapidement. Compte tenu du taux de fraude que nous déplorions auparavant, les services VeriSign sont plus qu'amortis. ", déclare Rob Meyer.

### Des standards ouverts pour protéger votre investissement en commerce électronique

Etant donné que WebSphere et DB2 sont basés sur des standards ouverts, le nouveau site Web d'Anaconda est portable sur d'autres plates-formes et peut être intégré avec les produits d'autres fournisseurs. " Nous voulions éviter d'être dépendant de la plate-forme d'un fournisseur donné et nous adhérons complètement à la stratégie d'IBM en ce qui concerne l'e-business à la demande. ", affirme Rob Meyer. " La meilleure façon pour nous de protéger notre investissement est d'utiliser des standards ouverts. C'est l'option qu'a privilégié SCS en utilisant des composants IBM, et c'est la raison pour laquelle nous les avons choisis. "

Aujourd'hui, Anaconda ne peut que se féliciter d'avoir investi dans le commerce électronique. Tout juste trois mois après sa mise en service, le nouveau site affichait déjà un chiffre des ventes de 20 % supérieur à celui enregistré sur la même période l'année précédente, ce qui laisse espérer une croissance annuelle importante. " Nous prévoyons un retour sur investissement de 100 %

au bout d'un an. ", affirme Rob Meyer. " Nous sommes particulièrement satisfaits de la multiplication des clients qui passent de grosses commandes (ligues, associations scolaires, etc.). Nous recevons de plus en plus de commandes comprises entre 5 000 et 10 000 dollars. "

Le site enregistre également une augmentation de 67 % du nombre de visiteurs, qui est passé de 3 000 à 5 000 par jour. Depuis que la saisie manuelle des données n'est plus nécessaire et que les plaintes sur les performances du site ne sont plus à l'ordre du jour, Anaconda a pu réorienter deux employés à plein temps sur des tâches marketing plus rentables. En outre, l'entreprise a réduit ses coûts informatiques grâce à une tarification variable liée au taux d'utilisation. En hébergeant et en gérant le site, SCS a offert à Anaconda la possibilité de se consacrer exclusivement au développement de sa présence sur le marché.

Et cette présence ne peut que se développer car le personnel d'Anaconda dispose de davantage de temps pour définir ses stratégies marketing, et peut utiliser les fonctions avancées intégrées dans WebSphere, notamment les campagnes par e-mail, les remises à base de règles et les outils d'analyse. En outre, Anaconda est désormais en mesure de gérer sa croissance et de répondre aux demandes créées, et dispose de tous les outils nécessaires par le biais de WebSphere Commerce. " Nous avons désormais le pouvoir de contrôler notre destin. ", déclare Rob Meyer. " Grâce à SCS et IBM, nous disposons des outils et de la bande passante dont nous avons besoin, à la demande. "

### Pour plus d'informations

N'hésitez pas à contacter votre représentant IBM ou un Partenaire commercial IBM.

Vous pouvez également visiter le site : **ibm.com/websphere**

Pour plus d'informations sur SCS, Inc., visitez le site : [www.scsinet.com](http://www.scsinet.com)

Pour plus d'informations sur VeriSign, visitez le site : [www.verisign.com](http://www.verisign.com)



### Compagnie IBM France

Tour Descartes - La Défense 5  
2, avenue Gambetta  
92066 - Paris-La Défense Cedex.

### IBM Belgium

Avenue du Bourget/Bourgetlaan, 42  
B - 1130 Brussels

La page d'accueil IBM est accessible sur **ibm.com**

IBM, le logo IBM, ibm.com, On Demand Business et le logo On Demand Business, BladeCenter, DB2, DB2 Universal Database, @server, TotalStorage et WebSphere sont des marques d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Linux est une marque de Linus Torvalds aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Windows est une marque de Microsoft Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les autres raisons sociales, noms de produit et noms de service peuvent être des marques ou des marques de service de leurs propriétaires respectifs.

Cette étude de cas illustre la manière dont un client et certains Partenaires commerciaux ont utilisé des produits IBM. Elle n'implique aucune garantie quant à l'obtention de résultats similaires.

Les mentions dans cette publication de produits, programmes ou services IBM ne sous-entendent pas qu'ils seront disponibles dans tous les pays où IBM opère.

Imprimé aux Etats-Unis d'Amérique  
12-03

© Copyright IBM Corporation 2004  
All Rights Reserved.