

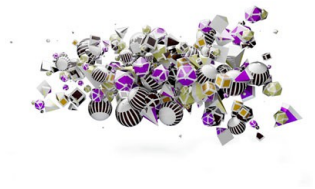


Maxpho[®] Commerce



Social Commerce

*Date: 3 Décembre 2011
Version: 1.1
Auteur: Maxpho Ltd*



Sommaire général

1 - Introduction.....	3
2 – Le système Social Commerce.....	4
2.1 – Quel est le but.....	4
2.2 – Les acteurs du Social Commerce.....	5
2.3 – Les conditions d'adhésion.....	5
2.4 – Les avantages du Social Commerce.....	6
2.5 – Les cas d'utilisation.....	6
2.6 – Exemple d'utilisation pour la vente en dropshipping	7
3 -Convention avec PayPal®.....	8
3.1 – Convention sur le coût MassPay® de PayPal®	8
3.2 – Exemples de paiement B2B.....	9
3.3 – Remarques et exigences de PayPal®	9



1 Introduction

Le dénommé Social Commerce et conçu par Maxpho® est un système créé pour faciliter la distribution des produits des fournisseurs.

Le principe sur lequel est née l'idée de Social Commerce est celui du dropshipping, c'est à dire un type de business permettant l'échange de produits entre un fournisseur et un marchand sans que ce dernier doive se charger du magasin des produits.



2 Le système Social Commerce

2.1 Quel est le but

Les raisons qui ont poussé Maxpho® à développer un système de ce genre sont multiples et sont expliquées ci dessous:

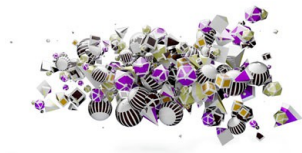
- **Créer un système distribué et social entre les marchands:** Le principal avantage du Social Commerce est celui de permettre le développement de votre eBusiness à un niveau supérieur, surmontant ainsi les barrières du commerce classique à trois acteurs (fournisseur, revendeur, client final), mais permettant une plus ample et rapide distribution de la marchandise.
- **Augmenter les capacités commerciales du fournisseur:** Le système du Social Commerce consent donc aux fournisseurs de diffuser leur présence sur les réseaux de manière encore plus minutieuse, afin de pénétrer sur les marchés, d'être plus visibles et par conséquent, de donner un nouvel élan à votre développement en terme économique mais aussi en terme de notoriété.
- **Offrir une opportunité de vendre en dropshipping:** Extrêmement intéressant pour le système commercial actuel puisqu'il donne la possibilité de vendre online les produits sans les avoir physiquement en magasin. Grâce à ce type de Business, le marchand est totalement exempté de la gestion du commerce standard, qui l'occuperait considérablement, d'un point de vue économique (pour la gestion et la maintenance du magasin) et d'un point de vue organisationnel.
- **Gérer les commandes en temps réel:** Le Social Commerce a été étudié pour rendre automatiques les différentes étapes, que ce soit pour toutes les étapes de la post-vente ou pour la réception des commandes: dès que le marchand reçoit une commande, la même information est reçue par le fournisseur lui-même, lequel s'occupera de traiter la commande, et donc d'envoyer la marchandise.
- **Remédier aux problématiques des fichiers CSV:** Autre avantage et pas des moindres, celui d'éliminer les problématiques qui peuvent dériver d'une gestion non correcte des fichiers CSV, en évitant totalement les problèmes liés à la mise à jour des quantités en magasin, de la majoration des prix, de l'élimination d'éventuels produits non demandés au fournisseur, etc.

2.2 Les acteurs du Social Commerce

Le système du Social Commerce a évidemment une structure bien définie du point de vue des acteurs qui peuvent prendre part à ce système de vente innovateur.

En entrant plus dans le détail, les acteurs qui participent au Social Commerce sont essentiellement les Seeds, les Leeches et les Peers.

- **Seeds:** Ce sont des vendeurs qui fournissent au marchand leur propre catalogue de



produits, qui doivent avoir nécessairement un magasin physique, avec la particularité de pouvoir accepter ou refuser la collaboration demandée par les marchands, autre d'avoir la possibilité d'attribuer aux articles des prix minimum et maximum de vente.

- **Leeches**: Il s'agit des marchands qui n'ont pas leur propre magasin physique mais qui revendent un catalogue de produits (ou une partie de celui-ci) mis à disposition des autres Seeds ou des Peers. Les Leeches ont donc la possibilité de créer leur propre activité de vente online sans avoir besoin d'investir un capital ou d'employer des salariés.
- **Peers**: Ce sont les revendeurs qui ont une structure leur permettant d'opérer dans les deux directions, en particulier en mettant à disposition des clients les produits présents dans leur magasin et, en parallèle, en vendant les produits des Seeds et des autres Peers.

2.3 Les conditions d'adhésion

Comme pour chaque activité commerciale, il est nécessaire pour les vendeurs de posséder des qualités qui leur permettent d'exercer cette activité.

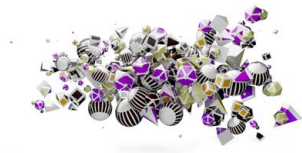
Les qualités proposées et nécessaires pour pouvoir participer au Social Commerce sont les suivantes:

- Les produits doivent être disponibles en magasin
- Pour être proposés online, les produits doivent avoir:
 - un titre
 - une description
 - une ou plusieurs images
 - un prix
- Les vendeurs doivent posséder une licence "Maxpho® Commerce"

2.4 Les avantages du Social Commerce

Comme il a été expliqué précédemment, les avantages qui ont amené Maxpho® à la planification de ce nouveau système de vente sont nombreux. Il s'agit également d'une idée complètement innovante dans le monde de la vente online en Italie. Les principaux avantages dérivant du Social Commerce sont:

- **Contrôle des prix**: Les Seeds, en particulier, sont en mesure de contrôler les prix minimum et maximum imposés aux marchands, lesquels sont tenus de revendre à ce prix leur propre catalogue de produits.
- **Contrôle du magasin en temps réel**: Ce système de vente évite au vendeur de devoir constamment surveiller le magasin virtuel, à partir du moment où il a été prévu un automatisme capable de tenir ajournées les quantités mises à disposition par les différents marchands en temps réel, réduisant à zéro la désagréable éventualité de vendre des produits qui ne sont plus disponibles.
- **Feedback dans le B2B**: Le système du Social Commerce consent également de pouvoir



augmenter votre notoriété et votre fiabilité sur les réseaux, grâce à un système de gestion automatique des feedbacks que les fournisseurs et les marchands peuvent s'attribuer l'un à l'autre.

- **Gestion automatique des coûts d'expédition:** De la même manière qu'est gérée, de la part du fournisseur, l'attribution des prix minimum et maximum de vente, il est possible de gérer automatiquement les coûts d'expédition, de manière à ce que tout soit préalablement géré par le fournisseur, qui aura les coûts d'expédition de la marchandise à sa charge.
- **Approvisionnement des catégories vides en magasin:** À travers ce système, les vendeurs n'ont pas besoin d'effectuer des opérations de recharge du magasin, du moment que le système refourni automatiquement les catégories vides des différents magasins.
- **Possibilité pour les petits vendeurs:** Le Social Commerce met à disposition des petits vendeurs de très bonnes possibilités de succès dans le domaine de la vente online, du moment que pour les Leeches, ne sont pas prévus des investissements de capitaux pour pouvoir acquérir les produits du fournisseurs.

2.5 Les cas d'utilisation

Ci dessous, nous vous proposons certains cas pour lesquels il est possible de profiter du système Social Commerce:

- Gérer la vente en dropshipping
- Gérer la vente en B2B
- Gérer les affiliations
- Gérer les distributeurs

2.6 Exemple d'utilisation pour la vente en dropshipping

Tous les fournisseurs donneront la possibilité de leurs produits à l'intérieur du logiciel Maxpho[®] Commerce.

Prenons comme exemple trois parties: deux marchands A et B et un fournisseur C. Les marchands A et B mettent en vente les produits du fournisseur C sans prendre en charge le magasin. Pour le faire, ils doivent simplement sélectionner les produits qui les intéressent sur le logiciel "Maxpho[®] Commerce" (ils peuvent bien évidemment décider de vouloir se servir des mêmes produits) et stabiliser dans quels systèmes de vente les publier (eBay[®], eCommerce, Facebook[®], etc...). Le vendeur A vend un objet, la commande arrive automatiquement au fournisseur C (déduisant la quantité en magasin) et la même quantité sera également déduite pour le marchand B qui possède le même produit en vente. Le vendeur A, à la fin de la journée, paiera via PayPal[®] toutes les commandes au fournisseur C. À ce stade, le fournisseur C, vérifiant préalablement la réception du paiement de la part de A, pourra expédier le colis au client final, au nom du vendeur A.

Il est précisé que chaque marchand peut avoir plusieurs fournisseurs et un fournisseur peut avoir plusieurs marchands.



3 Convention avec PayPal®

Pour faire en sorte que le paiement soit en temps réel entre le Dropshipper et le Supplier, la transaction devrait intervenir via PayPal®. Ceci permet au fournisseur d'avoir une garantie sur le paiement de l'objet vendu.

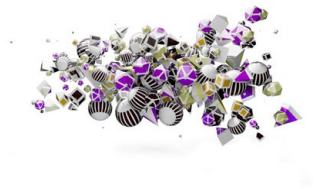
3.1 Convention sur le coût MassPay® de PayPal®

Grâce au partenariat entre Maxpho® et PayPal®, en utilisant le Social Commerce, tous les fournisseurs seront payés via MassPay®, avec avis de paiement directement sur le panneau des commandes de Maxpho Commerce et par conséquent sur le compte PayPal®.

Pour tous les utilisateurs, vous pourrez profiter d'un avantage pour les produits B2B. L'avantage consiste dans le paiement de **2% de commissions avec un taux maximum de 0,85 Euros** pour chaque transaction. Les transactions comprennent également différentes commandes et dans un laps de temps de plusieurs heures

L'utilisation habituelle des Dropshipper est d'accumuler toutes les commandes d'une journée pour payer en une unique solution le Dropshipper. Même si le paiement est cumulatif, le Supplier verra dans le panneau Maxpho Commerce, pour chaque commande, le paiement unique effectué.





3.2 Exemples de paiement B2B

Nous vous proposons ci-dessous deux exemples:

- **Exemple 1:** Le Marchand A reçoit une commande d'un produit présent dans le magasin du fournisseur C pour un total de 10 Euros. Le Marchand A paie la commande reçue au fournisseur C.
Le calcul pour les frais de PayPal® est :
 - 2% de 10 Euros = 0,20 Euros
 - taux maximum = 0,85 Euros
 - total à payer = **0,20 Euros**
- **Exemple 2:** Le Marchand A reçoit, dans une journée, 5 commandes de produits présents dans le magasin C pour un total de 350 Euro. À la fin de la journée (ou au moment le plus opportun) le Marchand A paiera en une seule fois toutes les commandes au fournisseur C. Le calcul pour les frais de PayPal® est :
 - 2% de 350 Euros = 7,00 Euros
 - taux maximum = 0,85 Euros
 - total à payer = 0,85 Euros

Une fois effectué le paiement de toutes les commandes, le Marchand A et le fournisseur C verront à l'intérieur du dispositif "Maxpho® Commerce" le succès de l'opération.

3.3 Remarques et exigences de PayPal®

PayPal® indique quelques exigences pour le système Social Commerce en référence à l'utilisation de MassPay®:

- Pour le consommateur, le soi disant Merchant of record (c'est à dire celui qui sera présent dans le rapport PayPal® et éventuellement celui considéré comme responsable pour le remboursement) sera toujours le marchand à qui le consommateur achète (le Dropshipper) et non le fournisseur du Dropshipper (le Supplier);
- Il est fortement conseillé que le marchand insère dans la section "Termes & Conditions" la référence de la marchandise qui occasionnellement pourrait être envoyée par les Suppliers, sans que ceci altère la responsabilité du Merchant of record;
- Toutes les expéditions n'auront pas le POD (Proof Of Delivery), mais les marchands doivent savoir que ceci les expose aux risques des perdre d'éventuelles contestations pour défaut de réception de la marchandise.
- Les MassPayments seront effectués une fois ou plusieurs fois par jour si il y a des commandes;
- Les MassPayments seront financés par solde PayPal®, il est du devoir du Dropshipper de s'assurer d'avoir suffisamment d'argent sur son compte PayPal® pour pouvoir financer ces paiements;
- Les Dropshipper seront contactés par le Business Support une fois qu'ils auront démarqué/revu les point précédents, dans le but de recevoir le pricing "spécial" par MassPay®.



Les exigences proposées par PayPal®, nécessaires pour pouvoir opérer dans le système du Social Commerce de Maxpho®, sont les suivantes:

- Avoir un compte Business PayPal®
- Vérifier l'adresse email et le compte
- Associer un compte bancaire
- Suppression des limites selon les procédures habituelles
- Habilitier la commission dédiée par MassPay® en contactant le Business Support PayPal® au numéro 848-390-145

Ces facilités sont autorisées pour chaque entreprise seulement par PayPal® lequel se réserve, indépendamment des exigences, la faculté d'approuver.