

[🏠](#) [» Web & Tech](#) [» ECommerce](#)

DAVID DAYAN ET STEPHAN PLOUJOUX (SHOWROOMPRIVÉ)

# "Showroomprivé souhaite devenir une plateforme B2B à destination des marques"

Sarah N'tsia  
JDN

Mis à jour le 19/07/21 17:17

**Le cofondateur et le directeur commercial de Showroomprivé précisent les ambitions de SRP Services, plateforme B2B destinée à accompagner les marques dans leur développement e-commerce.**

**JDN. Showroomprivé a lancé SRP Services à la fin du mois de juin. Pouvez-vous présenter ce nouveau dispositif ?**

**David Dayan.** Nous souhaitons être une plateforme B2B à destination des marques. Avec ses quinze ans d'expérience, Showroomprivé entretient un rapport très privilégié avec elles. Nous voulons mettre notre expertise à disposition des marques pour les aider à développer leur présence en ligne. Nous vendons 48 millions de produits et traitons plus de 15 millions de commandes par an, par conséquent nos connaissances peuvent servir les marques à travers SRP Services.

**Stephan Ploujoux.** SRP Services, c'est l'ensemble d'une expertise développée par Showroomprivé depuis sa création à travers des métiers propres au e-commerce et à notre activité. Un référent commercial fera le lien avec l'organisation de SRP Services pour faciliter la relation avec la marque.

David Dayan, co-fondateur de Showroomprivé.  
© Showroomprivé

## **Concrètement, comment s'articule SRP Services ?**

**D.D.** SRP Services est construit autour de cinq piliers. La régie SRP Média accompagne déjà les marques depuis plus de trois ans dans la mise en œuvre de leur stratégie média, tandis que SRP Studio est un service de production de contenus optimisés pour l'e-commerce et la communication web. Nous suivons les taux de transformation et nous sommes capables de mettre en ligne tous types de produits en tenant compte du ROI. SRP Logistics est une offre qui permet aux marques d'être accompagnées dans leur transition logistique sur différents sujets comme le choix du prestataire, le suivi du flux, la gestion des retours ou encore le coût de la livraison. SRP Marketplace est une solution clé en main qui permet aux marques de se lancer en direct et de bénéficier de notre puissance et de notre trafic sur Showroomprivé. Enfin, SRP Impact s'inscrit dans la continuité de notre mouvement RSE Move Forward. C'est la possibilité pour nos marques partenaires de valoriser leurs engagements RSE à travers de l'espace sur notre site ou via des collaborations spécifiques.

## **Showroomprivé s'est associé à Mirakl dans le cadre de SRP Marketplace. Comment ce partenariat aidera-t-il les marques ?**

**S.P.** Depuis quelques années où les marques se sont équipées et outillées, certaines plus matures, sont devenues capables de vendre en direct sur des marketplaces à leurs clients. Elles disposent non seulement des moyens humains mais aussi des infrastructures logistiques et de l'expertise marketplace. Mais nous savons aussi accompagner celles qui sont moins prêtes, à travers SRP Marketplace, afin de passer le cap. Par ailleurs, c'est intéressant pour nos marques partenaires de se lancer sur une plateforme comme la nôtre, qu'elles connaissent déjà. Dès lors qu'une marque est bien connectée à notre marketplace, nos équipes la conseillent sur un plan de développement de ses ventes sur le site.



## Sur le volet logistique justement, quels seront vos conseils aux marques pour améliorer leur supply chain ?



Stephan Ploujoux, directeur commercial de Showroomprivé. © Showroomprivé

**D.D.** En échangeant avec les dirigeants des marques, nous prenons conscience de leurs difficultés à appréhender la chaîne logistique e-commerce. Or, il est sain pour le business que nous leur apportions nos connaissances. SRP

Logistics prodiguera divers conseils pour adapter la supply chain, suggérer des prestataires, réécrire un cahier des charges, et challenger les tarifs. De notre côté, nous pourrions améliorer la relation supply chain entre Showroomprivé et nos marques. Nous sommes aussi très actifs sur la collecte et le traitement des stocks invendus afin de les sublimer pour les remettre à

la vente. Cette économie circulaire s'inscrit aussi dans le mouvement Move Forward et SRP Impact. Une marque qui n'est pas dimensionnée pour gérer les retours produits pourra également compter sur nous, à prix compétitifs. Chez Showroomprivé, ce volet est automatisé car nous trions un million et demi de pièces par mois très diversifiées.

## Y a-t-il un coût pour les marques qui feront appel à SRP Services ? Une commission ?

**D.D.** Non, il n'y a pas de commission, l'idée est d'être un partenaire des marques. Si certains projets nécessitent des ressources spécifiques, celles-ci seront bien entendu payantes si la marque y voit de l'intérêt pour son activité. Mais

notre but est d'être aux côtés des marques tout au long de l'année au-delà des périodes de déstockage et des ventes privées. Durant la crise sanitaire, certaines avaient des besoins en matière de catalogue numérique alors que tous les prestataires classiques n'étaient pas en mesure de le faire. Etant industrialisés, nous avons pu créer des catalogues de milliers de références car nous réalisons habituellement entre 20 et 30 ventes par jour qui contiennent chacune 300 références.

**NEWSLETTER QUOTIDIENNE**



Entrez votre email

OK

[Voir un exemple](#)