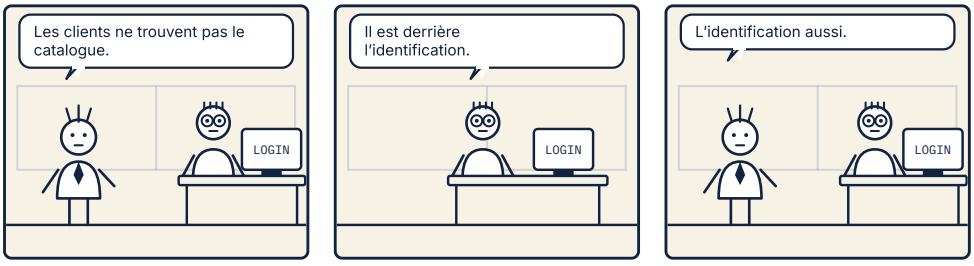
RocketX

DOSSIER ÉCONOMIQUE INTERNE

L’argumentaire de la commande B2B moderne

Préparé pour les équipes du commerce de gros, de la distribution et de l’industrie qui examinent la façon dont leurs clients passent commande.



Pour le commerce de gros et la distribution, de 15 à 250 M€ de chiffre d’affaires

Édition 2026

En une page

Si vous ne lisez rien d'autre : les commandes de gros fuient dans le panier, au téléphone et au quai des retours. Voici comment arrêter cela, la plateforme faisant ses preuves avant de coûter quoi que ce soit.

Le problème	Vos acheteurs montent leurs commandes là où personne chez vous ne les voit. Dans un onglet qu'ils doivent retrouver et déverrouiller à chaque fois. Et le travail, lui, se fait ailleurs : sur un téléphone, dans une réserve, entre deux rendez-vous. Les paniers meurent avec la session. Une personne construit ce que six à dix décident. Et le doublon que personne n'a vu revient en retour.
Le test du pour cent	Comparez le coût de plateforme de votre proposition à un pour cent de votre chiffre d'affaires annuel. Ou à la marge sur ce pour cent, si vous préférez la version prudente. La seule question qui reste est de savoir si mieux commander vaut davantage que cela pour vous. Si oui, le reste de ce document est du détail, pas de la persuasion.
Ce qui change dans le panier	Les paniers vivent sur le serveur et se synchronisent en direct entre la web app RocketX dans tout navigateur et les applications natives. Vos commerciaux voient les paniers clients en cours, y compris ceux qui bloquent, et agissent avant que l'affaire refroidisse. Toute l'équipe modifie une seule commande, chaque changement porte un nom. Et le panier signale une référence déjà achetée récemment.
Ce qui change sur le téléphone de l'acheteur	Votre catalogue est sur l'écran d'accueil, à un geste du réassort et déjà connecté, au lieu d'être derrière un numéro de client et un mot de passe. La notification ramène l'acheteur au retour du stock ou à l'échéance d'un contrat, là où le courriel est filtré. Le code-barres réassortit depuis l'étiquette du rayon, et le catalogue est en local : une allée sans réseau reste une allée d'où l'on commande. Vos brochures imprimées et vos vidéos produit voyagent dans la même application, au lieu d'un second site professionnel que personne n'ouvre au bon moment. Natif iOS et Android, pas un site web dans une coque. Le réassort cesse d'être une corvée et devient une habitude : c'est de là que vient le chiffre d'affaires récurrent.
Pourquoi c'est défendable	Références et postes illimités, jamais comptés, jamais un pourcentage de votre chiffre d'affaires : votre croissance vous appartient. RocketX se place devant vos systèmes de référence au lieu de les remplacer. Et il tourne à côté de votre boutique en ligne actuelle : rien n'est débranché.
Ce que coûte l'essai	Intégration offerte en plan annuel. Facturation à la mise en service, pas à la signature. Pilote de 4 à 6 semaines avec mesures convenues : s'il les manque, vous partez sans rien devoir.

> **CONSTATÉ DANS LES PILOTES MENÉS À CE JOUR**
> Acheteurs et commerciaux passent au moins un tiers de temps en moins sur une commande — et la recherche répond en moins d'une seconde, avec cent articles comme avec des millions. Ce qui compte dans le vôtre, les mesures convenues le décident — et si elles ne sont pas atteintes, vous ne devez rien.

Pourquoi le sujet est sur la table maintenant

L'achat B2B est passé en ligne pendant que le commerce de gros, lui, ne bouge presque plus. La croissance ne vient pas de nouveaux clients. Elle vient de ce que les mêmes clients commandent une part croissante en ligne, et choisissent leur fournisseur sur la simplicité du geste.

160 000

entreprises du commerce de gros en France, pour près de 800 Md€ de chiffre d'affaires

17 %

des entreprises françaises pratiquent le commerce électronique, contre 23 % en moyenne européenne

94 %

du temps passé sur smartphone l'est dans des applications, pas dans un navigateur

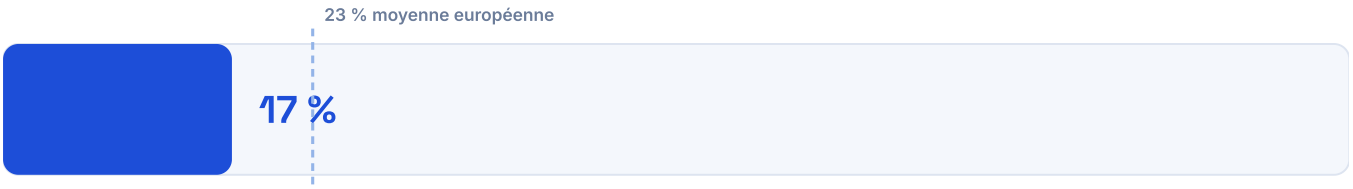
> 40 %

du chiffre d'affaires des entreprises B2B les plus avancées est généré ou influencé par le mobile

La conséquence pratique : la prise de commande n'est plus un outil de back-office. C'est la surface sur laquelle vos clients vous jugent, et le moment où ils décident de recommander chez vous ou d'appeler ailleurs.

Les mêmes clients, une autre façon de commander

Part des entreprises françaises qui pratiquent le commerce électronique.



Pendant ce temps, le commerce en ligne français a atteint 196,4 Md€ en 2025, en hausse de 7 %, alors que le chiffre d'affaires du commerce de gros progressait à peine.

Eurostat et INSEE, enquête TIC 2024, pour la part des entreprises pratiquant le commerce électronique (données 2023). FEVAD, bilan annuel du e-commerce publié en février 2026, pour le commerce en ligne français (données 2025). INSEE, Les entreprises en France (données 2021), pour le commerce de gros.

Ce que coûte l’installation actuelle

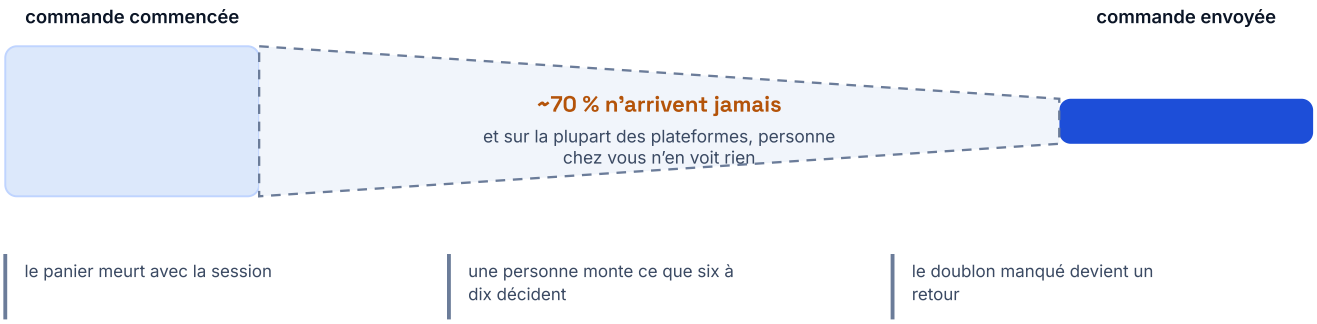
La plupart des grossistes de taille intermédiaire font tourner l’une de ces trois choses. Un portail ERP vieillissant. Une plateforme e-commerce généraliste pliée de force au B2B. Ou la prise de commande par téléphone et par courriel. Chacune a un coût qui n’apparaît presque jamais sur une facture.

Ressaisie manuelle des commandes	Les commandes arrivent par courriel, par téléphone ou en PDF, puis quelqu’un les retape dans l’ERP. Ce temps est réel, il est payé, et il produit des erreurs que l’on paie une seconde fois en retours.
Recherche catalogue trop lente	Au-delà de quelques dizaines de milliers de références, la plupart des plateformes ralentissent. L’acheteur attend, puis abandonne, puis appelle. Vous venez de reconvertir une commande en ligne en travail de bureau.
Commissions indexées sur le volume	Les tarifs liés au volume font monter le coût de la plateforme au moment précis où vous réussissez. La croissance est taxée au lieu d’être soutenue.
Intégration facturée en continu	Les projets B2B intermédiaires sur plateformes généralistes demandent couramment trois à six mois avant la mise en service, avec l’intégration facturée pendant toute la durée.
Le canal mobile laissé de côté	Vos acheteurs travaillent debout : sur un quai, dans une réserve, entre deux rendez-vous. Sans application native, ils repoussent la commande jusqu’au retour au bureau. Souvent, elle n’y revient pas.

Où la commande se perd vraiment

La plupart des évaluations comparent les catalogues et le tunnel de commande. L'argent fuit à un endroit moins visible : dans le panier, entre le moment où un acheteur commence et celui où quelqu'un valide.

Une commande à moitié faite est invisible	Environ 70 % des paniers en ligne sont abandonnés. Et sur la plupart des plateformes, personne chez vous ne voit un panier avant qu'il devienne une commande. Un panier arrêté ressemble exactement à l'absence de panier. Vous apprenez son existence le jour où il n'arrive jamais.
Le panier meurt avec la session	Les paniers de navigateur sont liés à un appareil et à une session. Un acheteur interrompu dans la réserve retrouve un panier vide, le reconstruit par téléphone, ou renonce.
Une personne construit ce que six à dix décident	Gartner place un achat B2B complexe entre les mains de six à dix personnes. Quand une seule peut toucher le panier, la commande se monte par courriel, se ressaisit, et arrive incomplète.
Le doublon que personne n'a vu devient un retour	Quand les collègues d'un même compte ne voient pas les commandes des autres, la même référence est commandée deux fois. C'est la transaction la plus chère que vous puissiez produire.
Ce que fait RocketX à la place	Les paniers vivent sur le serveur et se synchronisent en direct entre la web app RocketX dans tout navigateur et les applications natives. Vos commerciaux voient les paniers clients en cours, y compris ceux qui bloquent, et agissent avant que l'affaire refroidisse. Toute l'équipe d'achat modifie un seul panier, chaque changement porte un nom. Et le panier signale une référence déjà achetée récemment par le compte, avant de passer commande. Chaque ligne porte le nom de celui qui l'a ajoutée, et ce nom reste avec la commande dans l'ERP et dans son historique.



Baymard Institute, moyenne de 50 études sur l'abandon de panier (2006–2025). Ce taux couvre tout le commerce en ligne et n'est pas segmenté par B2B.

Ce que RocketX change

Références illimitées, recherche sous la seconde

Que le catalogue compte huit cents références ou huit millions, on filtre et on commande en quelques millisecondes. Et jamais de facturation à la référence. C'est une performance que les autres plateformes n'atteignent pas à cette échelle.

Applications natives iOS et Android

Conçues pour la commande B2B, pas un site web emballé dans une coque. Tout le catalogue dans la poche de l'acheteur. L'application porte votre nom, votre logo et vos couleurs, pas les nôtres.

Postes et utilisateurs illimités

Chaque salarié, chaque commercial et chaque client autorisé dispose d'un accès complet. Aucun frais par utilisateur, aucun frais par référence, aucun rationnement.

Travail à plusieurs sur le panier, en temps réel

Plusieurs collaborateurs travaillent le même panier en même temps, chaque action journalisée : qui, quoi, quand.

Prix propres à chaque client

Chaque acheteur voit automatiquement ses prix négociés, ses paliers de remise et ses conditions contractuelles.

Stock en direct sur tous les entrepôts

Disponibilités en temps réel : vos clients cessent de commander ce qui ne peut pas partir.

Commander directement depuis les PDF

Notre IA lit vos brochures et catalogues existants pour que les acheteurs commandent directement, sans ressaisie.

Vos brochures et vos vidéos, dans la poche de l'acheteur

Publiez vos brochures imprimées en PDF, vos vidéos produit et vos autres contenus riches à côté du catalogue. Tout se synchronise dans les applications natives et s'ouvre même sans réseau. Votre matériel de démonstration cesse de vivre sur un second site professionnel que l'acheteur n'ouvre jamais au moment utile : il voyage avec lui.

Le gros d'abord, et le canal grand public avec lui

Le produit est construit autour de la commande de gros. Si vous vendez aussi au consommateur final, ce canal s'alimente au même catalogue et à la même liaison ERP, plutôt qu'à une seconde plateforme et un second jeu de données produit.

Intégration ERP et CRM poussée

RocketX se place devant votre ERP au lieu de le remplacer. Produits, prix par client et stock en direct en sortent, depuis NetSuite, SAP, Microsoft Dynamics ou Epicor ; paniers et commandes y reviennent, chacune au nom de qui l'a passée.

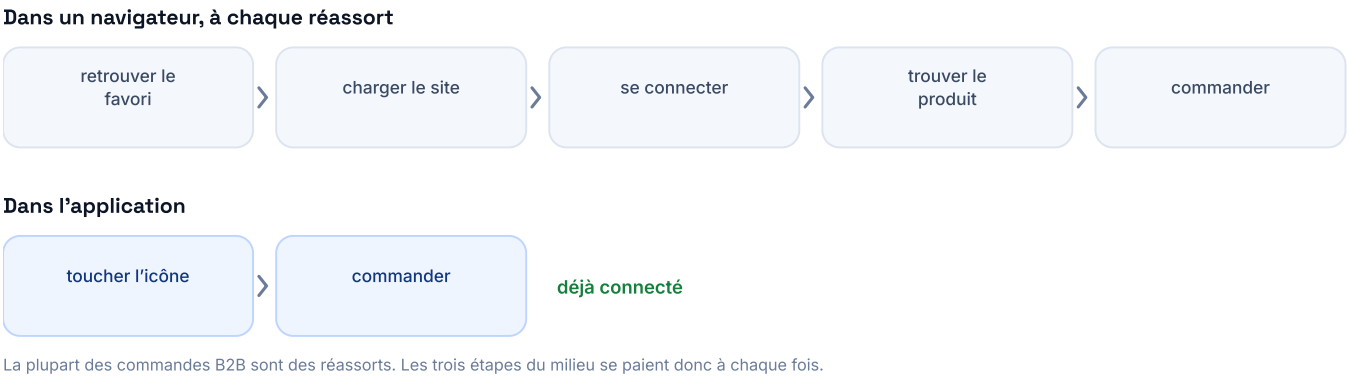


Le périmètre d'intégration est arrêté lors de la revue des systèmes ; ce qui le dépasse est chiffré à l'avance comme un bloc défini.

Pourquoi l’application native compte, commercialement

Un site adaptatif et une application native ne sont pas le même produit. Sur la commande répétée, l’écart se lit directement dans la fréquence de commande.

Le réassort est une habitude, pas une recherche	La plupart des commandes B2B sont des commandes répétées. Un navigateur oblige l’acheteur à retrouver un favori, charger un site et saisir un numéro de client à chaque fois. Une application, c’est un geste, déjà connecté. La friction disparaît de chaque réassort, pour toute la durée du compte.
Une place permanente sur le téléphone de l’acheteur	Votre icône est sur l’écran d’accueil. Vos concurrents doivent être cherchés et redécouverts.
La notification atteint ceux que le courriel n’atteint plus	Retour en stock, renouvellement de contrat, rappel de réassort : le message arrive directement. Les utilisateurs qui acceptent les notifications restent actifs deux à trois fois plus longtemps.
Le travail se fait loin d’un bureau	Les acheteurs commandent depuis les allées, les quais de chargement et les salons professionnels. L’accès natif à l’appareil photo permet de scanner un code-barres et de réassortir depuis une étiquette de rayon.
Elle survit à la perte de réseau	Les entrepôts aux parois d’acier et les tournées rurales tuent la réception. Catalogue, prix, panier ainsi que vos brochures et vidéos produit restent disponibles en local et se synchronisent au retour de la connexion.
Et le navigateur reste	Une boutique en ligne complète tourne dans tout navigateur, sur tout ordinateur — le même catalogue, le même panier côté serveur. Les applications prennent le relais là où le navigateur ne va pas.



La plupart des commandes B2B sont des réassorts. Les trois étapes du milieu se paient donc à chaque fois.

Comment chiffrer le sujet chez vous

Deux distributeurs ne perdent jamais de la valeur dans les mêmes proportions. La version honnête de cette page est donc une feuille de calcul, pas une promesse. Remplacez nos chiffres par les vôtres ; l'arithmétique est volontairement simple.

Paniers rattrapés	Paniers ouverts par mois × part abandonnée × panier moyen × part que vos commerciaux rattrapent maintenant qu'ils les voient enfin.	VOTRE CHIFFRE
Retours évités	Retours par mois × part due à un doublon ou à une erreur de référence × coût complet d'un retour. Comptez la main-d'œuvre : un seul retour absorbe le traitement de huit à dix commandes normales.	VOTRE CHIFFRE
Heures commerciales rendues	Commerciaux × heures par semaine passées à prendre et ressaisir des commandes × coût horaire chargé × 52. Chaque heure sortie de la saisie est une heure disponible pour vendre.	VOTRE CHIFFRE
Taille des commandes	Panier moyen × la hausse attendue d'un catalogue entier consultable en quelques secondes, de postes illimités et du réassort depuis n'importe quel appareil.	VOTRE CHIFFRE
Total annuel	Annualisez chaque ligne : les mensuelles douze fois, la hausse du panier sur une année de commandes. C'est à ce total que se compare le coût de la plateforme.	VOTRE CHIFFRE

Ce que coûte l'attente

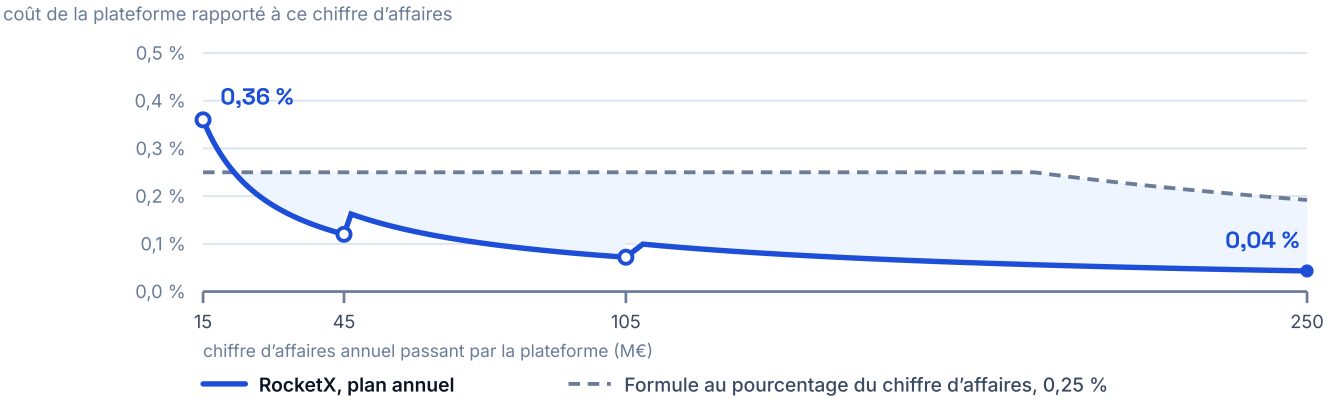
Quel que soit le total des quatre leviers, il est annuel. Un trimestre de délibération coûte un quart de ce chiffre, et la fuite ne s'arrête pas pendant que vous évaluez. C'est l'argument honnête pour lancer un pilote maintenant plutôt qu'un cycle d'achat dans six mois.

En face de ces quatre leviers, posez le coût de la plateforme et l'effort d'intégration de votre proposition. Si les deux premiers ne couvrent pas déjà la dépense, le dossier n'a pas besoin des deux autres.

Comment les conditions commerciales réduisent le risque

La structure du contrat est faite pour que la plateforme fasse ses preuves avant de coûter quoi que ce soit. Aucun montant n'est cité ici : les tarifs en vigueur sont sur le site et dans votre proposition. Le graphique ci-dessous montre seulement ce que représente le coût rapporté à votre chiffre d'affaires.

Un forfait, jamais un pourcentage	Le coût de la plateforme ne monte pas parce que votre volume de commandes a monté. La croissance n'est pas taxée.
Références et postes illimités compris	Rien n'est compté. Aucun tarif par utilisateur ni par référence à négocier, ni à rationner quand le catalogue et l'équipe grandissent.
Intégration offerte en plan annuel	Le coût d'intégration qui charge habituellement le début de ces projets disparaît.
Facturation à la mise en service, pas à la signature	Vous ne payez rien tant que la plateforme n'est pas en production et ne produit pas de valeur.
Pilote de 4 à 6 semaines avec revue de rentabilité commune	Une fenêtre d'évaluation définie, avec des mesures convenues, avant tout engagement plus long. Si le pilote les manque, vous partez sans rien devoir.
Applications natives comprises	Les applications iOS et Android font partie de la plateforme ; elles ne sont pas vendues comme modules ajoutés à une licence de base.



Ligne en pourcentage : Shopify Plus, commission variable de 0,25 % du chiffre d'affaires en ligne au-delà d'environ 1 M par mois, plafonnée à 40 000 par mois. D'où la partie plate, puis le coude. Le tarif RocketX est fixe à l'intérieur de chaque palier : sa part de votre chiffre d'affaires baisse à mesure que vous grandissez et ne remonte brièvement qu'au passage d'un palier.

Rien n’est débranché

L’objection habituelle à une décision de plateforme est qu’elle oblige à en remplacer une. Pas celle-ci. RocketX est déployé à côté de ce que vous faites tourner aujourd’hui, et les deux continuent de fonctionner.

Votre boutique en ligne actuelle continue de tourner	RocketX est mis en service à côté, pas par-dessus. Rien n’est arrêté pour faire de la place, et aucun catalogue n’a besoin d’être migré avant qu’une commande puisse passer.
Ce sont vos acheteurs qui choisissent, pas vous	Certains passent à l’application dès la première semaine. D’autres restent sur la boutique qu’ils connaissent. Les deux produisent des commandes qui arrivent dans le même ERP, au même format, aux mêmes conditions. Rien en aval n’a besoin de changer.
Pas de week-end de bascule	Il n’y a ni fenêtre de migration, ni gel des commandes. Le scénario qui rend ces projets effrayants — un mauvais dimanche et des téléphones qui sonnent le lundi — n’est pas sur la table : il n’y a rien à basculer.
L’adoption devient la preuve	Comme les deux tournent en même temps, vous observez laquelle vos acheteurs utilisent réellement. C’est un meilleur argument, pour ou contre nous, que tout ce que contient ce document.
Retirer l’ancien système plus tard, ou jamais	Rien dans le contrat ne fixe de date pour l’éteindre. S’il fait encore son travail dans trois ans, gardez-le.



C’est aussi la façon la moins chère de vous tromper sur notre compte. Si le pilote ne donne rien, vous ne débranchez rien, vous n’avez perdu aucune commande, et le repli est le système que vous utilisiez déjà.

À quoi ressemble la mise en place

01 **Revue des systèmes**

Nous cartographions le catalogue existant, les règles tarifaires, l'ERP et le flux de commande, puis identifions ce qui doit bouger et ce qui reste.

02 **Intégration**

La synchronisation bidirectionnelle est construite contre votre ERP et votre CRM. Les connecteurs standard couvrent les grands systèmes ; tout ce qui dépasse ce périmètre est chiffré comme un bloc de travail défini.

03 **Reprise du catalogue**

Les PDF, brochures et données produit existants sont lus. Aucune ressaisie manuelle du catalogue.

04 **Pilote**

Un pilote en conditions réelles de 4 à 6 semaines, avec un groupe d'acheteurs défini et des mesures de réussite convenues.

05 **Mise en service et bilan**

Déploiement complet, avec une revue de rentabilité commune sur les mesures convenues au pilote.

Combien de temps avant que quelqu'un s'en serve vraiment



Les valeurs concurrentes sont des repères d'intégration courants sur le marché intermédiaire, jusqu'à la mise en service, tirés des guides d'éditeurs et d'agences 2026. Le périmètre les déplace dans les deux sens, et c'est le travail sur l'ERP qui dérape le plus souvent. La valeur RocketX correspond à un pilote en conditions réelles avec un groupe d'acheteurs défini, pas à un déploiement complet. Chez les alternatives, la facturation commence bien avant la première commande. Chez nous, non.

Ce que le pilote mesure

- Le temps pour boucler une commande ordinaire, sur les mêmes comptes, avant et pendant.
- Les paniers qu'un commercial a vus et rattrapés avant qu'ils ne refroidissent.
- Le temps de réponse de la recherche sur votre catalogue réel, pas sur un catalogue de démonstration.
- Les lignes en double et les retours pour erreur de référence sur les comptes du pilote.

Ce sont les mesures retenues par la plupart des pilotes. Les vôtres sont arrêtées par écrit avant le démarrage, et c'est sur elles que porte le bilan commun.

Deux sociétés, deux droits, une réponse pour chacun

L'examen des données et de la sécurité est en général la partie la plus lente d'une évaluation. Nous l'avons évitée en ne vous demandant jamais d'accepter que des données européennes soient hébergées en Amérique.

POUR LES CLIENTS DE L'UNION EUROPÉENNE

Vous contractez avec RocketX Limited

Cocontractant

Une société irlandaise, constituée et exploitée dans l'Union européenne sous droit européen, distincte de la société américaine. RocketX Limited, Company No. 344153, siège social : Derrylahan, Ballyhaunis, Co. Mayo, F35 W667, Irlande.

Localisation des données

Les données clients restent dans l'Union européenne : stockage, traitement et sauvegardes. Rien n'est répliqué vers les États-Unis.

Certifications

Centres de données européens certifiés ISO/IEC 27001:2022 et BSI C5 Type 2.

RGPD

Il s'applique directement à la relation. Vous êtes responsable de traitement pour vos données clients et commandes ; nous sommes sous-traitant, agissant sur vos instructions documentées.

Analyse de transfert

Votre cocontractant est une société européenne : l'examen ne commence donc pas par une question de transfert au titre du chapitre V. C'est habituellement là que les évaluations de fournisseurs américains perdent un mois.

Sous-traitants ultérieurs

Communiqués intégralement, avec préavis avant tout changement et droit contractuel d'opposition.

POUR LES CLIENTS DES ÉTATS-UNIS

Vous contractez avec RocketX LLC

Cocontractant

RocketX LLC, la société américaine — société à responsabilité limitée de droit de l'Arizona, Business ID 25040687. Même plateforme, mêmes engagements, régie là où vous êtes.

Localisation des données

Les données clients restent aux États-Unis : stockage, traitement et sauvegardes. Rien n'est répliqué vers l'Union européenne.

Certifications

Le même prestataire et les mêmes contrôles d'exploitation. Les attestations des sites américains sont disponibles sur demande.

Droit des États

Le CCPA, le CPRA et les textes qui leur succèdent sont traités par les mêmes clauses écrites, plutôt que par un régime distinct par État.

Examen de sécurité

Certifications, rapports d'audit et détails d'hébergement sont fournis sur demande et annexés au contrat.

Réversibilité

Les mêmes droits d'export et de sortie que pour les clients européens. Rien n'est retenu ni diminué selon la région.

ANNEXÉ AU CONTRAT, DANS LES DEUX DROITS

- ✓ Accord de traitement des données, avec les rôles écrits noir sur blanc
- ✓ Régions d'hébergement de vos données, nommées par écrit
- ✓ Politique de conservation, de suppression et de sauvegarde
- ✓ Liste à jour des sous-traitants ultérieurs, avec préavis de changement
- ✓ Engagements de disponibilité et de support, par palier

Transmettez cette page à qui mène votre examen de sécurité. Nous préférons répondre au questionnaire en semaine une plutôt qu'en semaine neuf.

Là où nous ne sommes pas le bon choix

Tous les fournisseurs affirment être faits pour vous. Voici la courte liste des cas où nous ne le sommes pas, pour que cela sorte maintenant plutôt qu'au deuxième mois d'un déploiement.

Vous ne vendez qu'au consommateur final	Presque tout ce que fait la plateforme — prix contractuels, paniers partagés, circuits des commerciaux, synchronisation ERP — un catalogue grand public n'en a aucun besoin.
Votre catalogue est petit et vos commandes simples	Quelques dizaines de références et des commandes d'une ligne n'ont pas besoin de cela.
Vous n'avez pas d'ERP et n'en prévoyez pas	Une grande partie de la valeur tient à la synchronisation bidirectionnelle avec un système de référence.

Vendre à la fois en gros et en direct est courant, et ce n'est pas une limite ici : le canal grand public s'alimente au même catalogue et à la même liaison ERP que le canal de gros.

Questions à poser à n’importe quel fournisseur

- ? Le coût de la plateforme change-t-il quand notre volume de commandes augmente ?
- ? Nos commerciaux peuvent-ils voir le panier d’un client avant qu’il devienne une commande ?
- ? Un panier survit-il à un navigateur fermé, une batterie vide, un changement d’appareil ?
- ? Plusieurs personnes d’un même client peuvent-elles monter une commande ensemble ?
- ? Le système nous prévient-il quand la même référence a déjà été commandée récemment ?
- ? Les commerciaux itinérants et le personnel de nos clients sont-ils facturés comme des postes ?
- ? Quel est le temps de réponse de la recherche sur la taille réelle de notre catalogue, pas sur un catalogue de démonstration ?
- ? Les applications mobiles sont-elles natives, ou un site web dans une coque ?
- ? Le catalogue fonctionne-t-il quand un acheteur n’a pas de réseau ?
- ? Quand la facturation commence-t-elle : à la signature ou à la mise en service ?

Prochaine étape

45 minutes sur votre propre catalogue, sans rien à préparer. Puis une revue rapide de vos systèmes et un pilote à faible risque, mesurable en quelques semaines.

app@rocketx.app

SOURCES

INSEE, Les entreprises en France, pour le nombre d’entreprises du commerce de gros et le chiffre d’affaires du secteur (données 2021). Eurostat et INSEE, enquête TIC 2024, pour la part des entreprises pratiquant le commerce électronique (données 2023). FEVAD, bilan annuel du e-commerce publié en février 2026, pour le commerce en ligne français (données 2025). Baymard Institute pour le taux d’abandon de panier, moyenne de 50 études (2006–2025) ; ce chiffre couvre tout le commerce en ligne et n’est pas segmenté par B2B. Gartner pour la taille du groupe d’achat sur une décision B2B complexe. Effort de traitement des retours d’après les repères de distribution de la B2B E-commerce Association. Sensor Tower, State of Mobile 2026, pour la part du temps smartphone hors navigateur ; ce chiffre couvre tout l’usage du smartphone, pas la commande B2B en particulier. Boston Consulting Group avec Google, « Mobile Marketing and the New B2B Buyer » (2017), pour la part du mobile dans le chiffre d’affaires B2B. Repères de rétention Airship pour l’acceptation des notifications. Les délais d’intégration reflètent les repères de marché 2026 pour les projets B2B intermédiaires et varient selon le périmètre.