



# B2B & Industrie

VERS UNE SUPPLY CHAIN  
INTELLIGENTE ET RÉSILIENTE

[HUBINSTITUTE.COM](https://hubinstitute.com)



# B2B & Industrie

VERS UNE SUPPLY CHAIN  
INTELLIGENTE ET RÉSILIENTE

<b>EDITORIAL</b>	03
<b>SOMMAIRE</b>	04
<b>I. Le paysage des biens et services industriels B2B</b>	05
<b>II. La gestion des ventes intelligentes</b>	13
<b>III. Stratégies de résilience de la supply chain</b>	29
<b>POINTS À RETENIR</b>	48
<b>E-LEARNING &amp; MASTERCLASS</b>	49



EDITORIAL

## B2B & Industrie

VERS UNE SUPPLY CHAIN  
INTELLIGENTE ET RÉSILIENTE



**LAUREANO MON**  
SENIOR TRENDS ANALYST  
HUB INSTITUTE

### Innover dans la complexité

Le **secteur des biens et services industriels B2B** évolue dans un contexte de perturbations permanentes. Les tensions géopolitiques, les conflits commerciaux internationaux, l'évolution des réglementations, les événements climatiques, les avancées technologiques rapides et les pénuries de ressources stratégiques – y compris la main-d'œuvre qualifiée – créent **un environnement opérationnel hautement volatile**.

Ce rapport examine les approches stratégiques pour gérer les fluctuations des ventes sur des marchés mondiaux imprévisibles, tirer parti de l'IA et de l'analyse des données pour améliorer le service client, et accélérer la transition vers un modèle marketing B2B plus numérique, agile et centré sur le client.

Les variations rapides de la demande, combinées à l'évolution des comportements d'achat – influencée par le rôle croissant des jeunes décideurs B2B – nécessitent le **développement de stratégies marketing, de vente et après-vente plus efficaces**. Des **services clients avancés** deviennent de plus en plus cruciaux, offrant des solutions à forte valeur ajoutée pour renforcer la fidélité des clients.

À **l'ère de l'ultra-personnalisation**, maîtriser le parcours client B2B implique d'intégrer divers points de contact, en combinant les données de préférences clients avec les informations provenant des équipements connectés. Pour réussir cela, il est nécessaire de trouver **un équilibre entre l'automatisation marketing** – alimentée par des outils d'auto-service pilotés par IA – et **l'accès à l'expertise humaine**. Cet équilibre est particulièrement critique dans les achats B2B, où les cycles de décision sont plus longs et impliquent des processus de décision complexes.

Le rapport explore également le **rôle central de l'innovation dans les produits et services industriels**, en mettant l'accent sur les stratégies visant à **renforcer la résilience de la chaîne d'approvisionnement**, à **améliorer les performances opérationnelles** et à **atténuer les risques**. L'adoption de technologies avancées, telles que l'IA, les jumeaux numériques, la robotique et l'IoT, accélère la transformation numérique de la supply chain, permettant une intégration intelligente des parties prenantes et des processus.

Ce rapport fournit **une analyse des défis et des opportunités** auxquels le secteur industriel B2B est confronté, offrant des perspectives stratégiques pour soutenir une prise de décision éclairée et stimuler la croissance future.

# SOMMAIRE

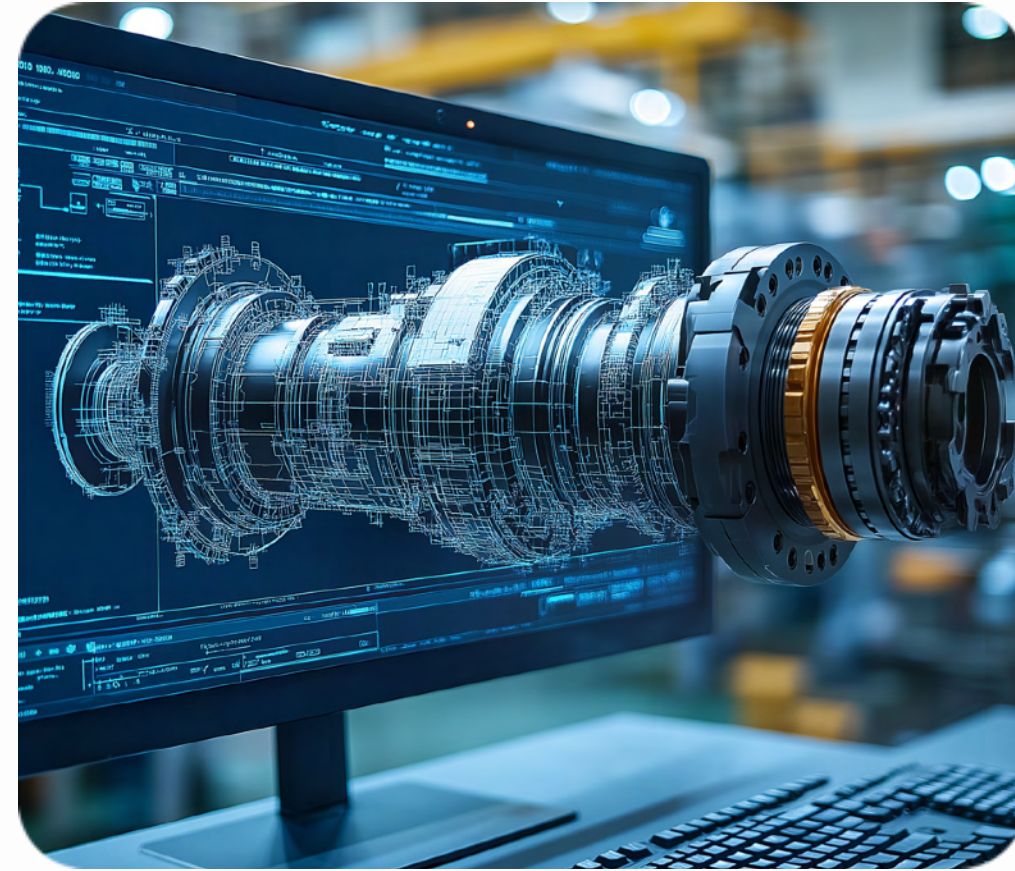
1



## Le paysage des biens et services industriels B2B

Le secteur industriel B2B fait face à des perturbations constantes. La transformation numérique et la durabilité sont essentielles pour satisfaire la demande en termes de qualité et de service.

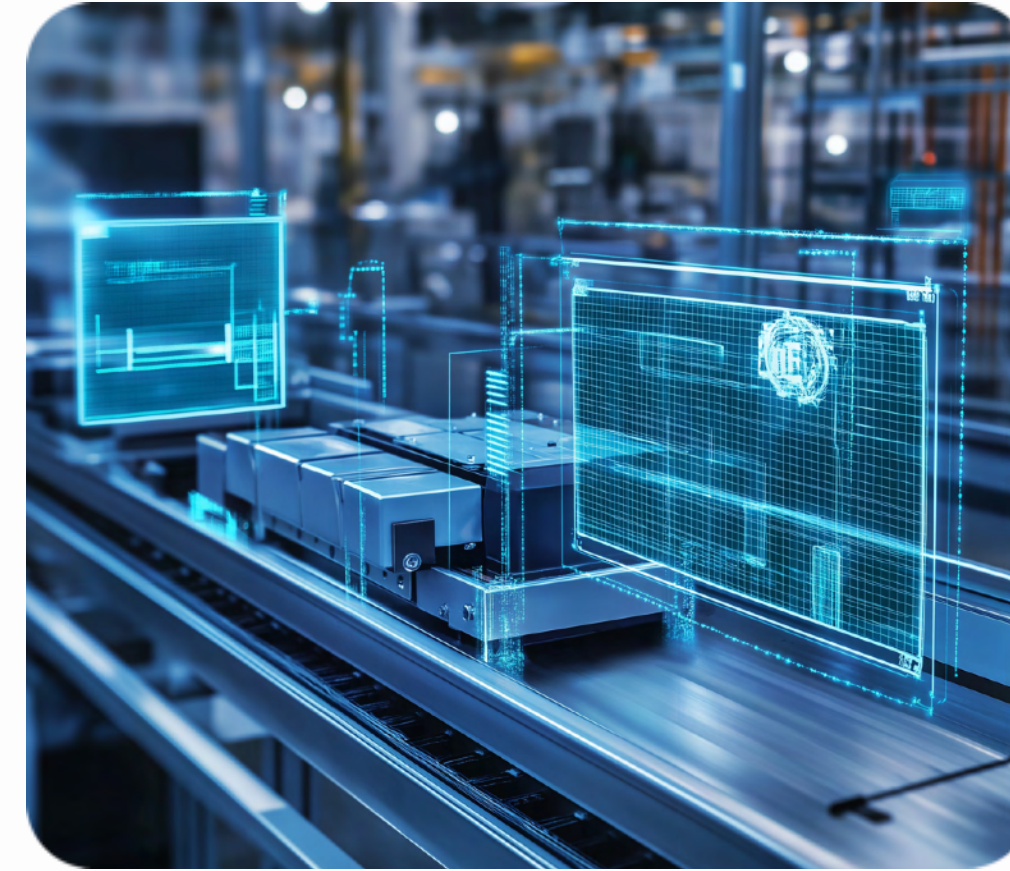
2



## La gestion des ventes intelligentes

Le marketing B2B évolue vers une approche omnicanale. L'IA et les données optimisent les ventes, avec des plateformes e-commerce personnalisées et des solutions de self-service améliorant l'expérience client.

3



## Stratégies de résilience de la supply chain

Le secteur industriel B2B doit innover afin de gérer des risques permanents. La transition vers une supply chain et une logistique intelligentes, flexibles et durables, appuyée par l'IA et d'autres avancées technologiques, est essentielle pour renforcer la résilience des entreprises.

# LE PAYSAGE DES BIENS ET SERVICES INDUSTRIELS B2B



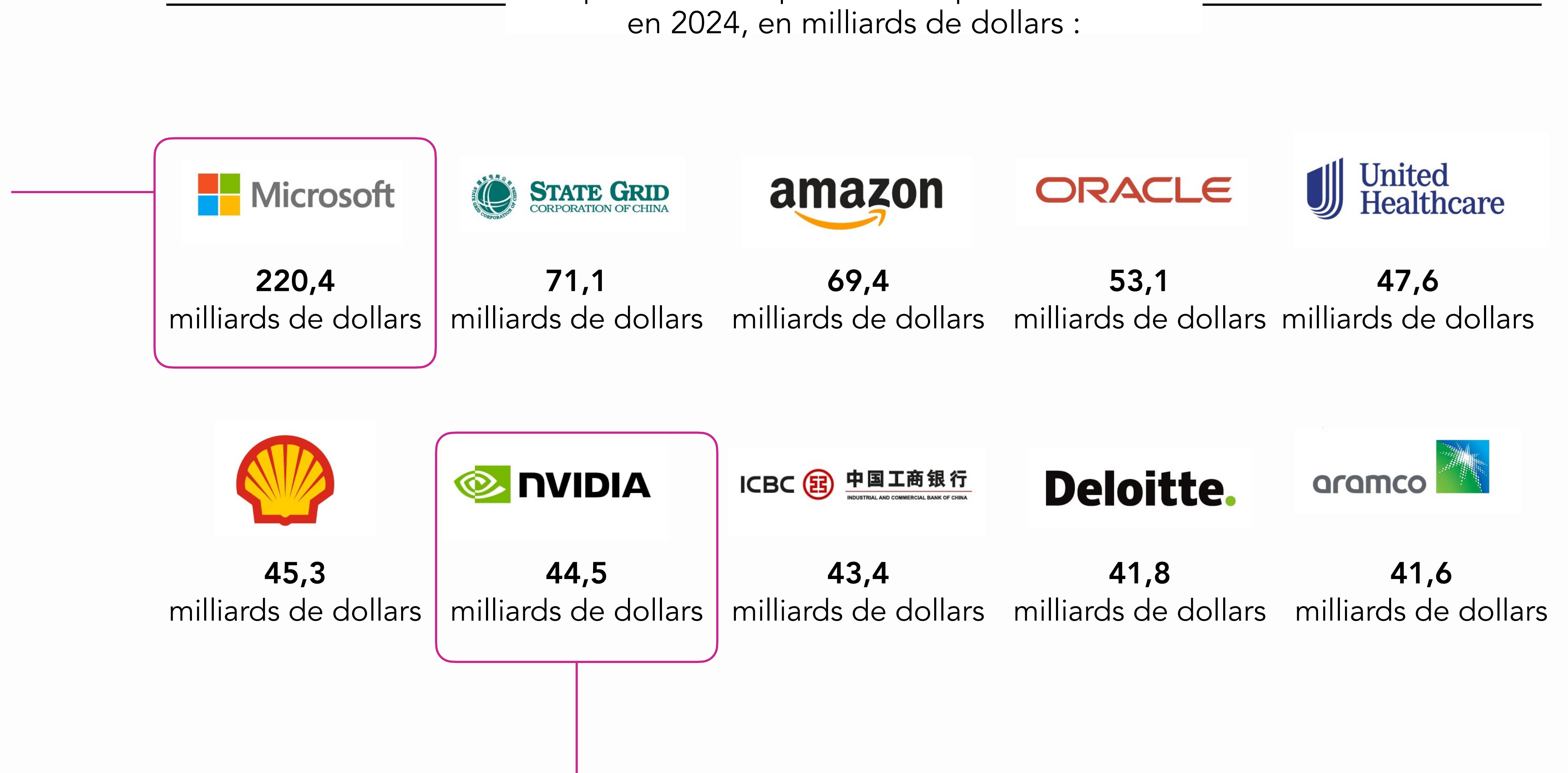
# LES MARQUES TECHNOLOGIQUES DOMINENT LE PAYSAGE B2B

## UN MOMENT DE FORTE INNOVATION ET D'EXPANSION DE L'INDUSTRIE TECHNOLOGIQUE

En 2024 **Microsoft** était la marque B2B la plus valorisée, enregistrant une augmentation substantielle de 60 % de sa valeur de marque B2B en 2023 pour atteindre 220,4 milliards de dollars.

De 2023 à 2024, **NVIDIA** a connu une augmentation fulgurante de 163 % de la valeur de sa marque pour atteindre 44,5 milliards de dollars, devenant ainsi la marque B2B à la croissance la plus rapide.

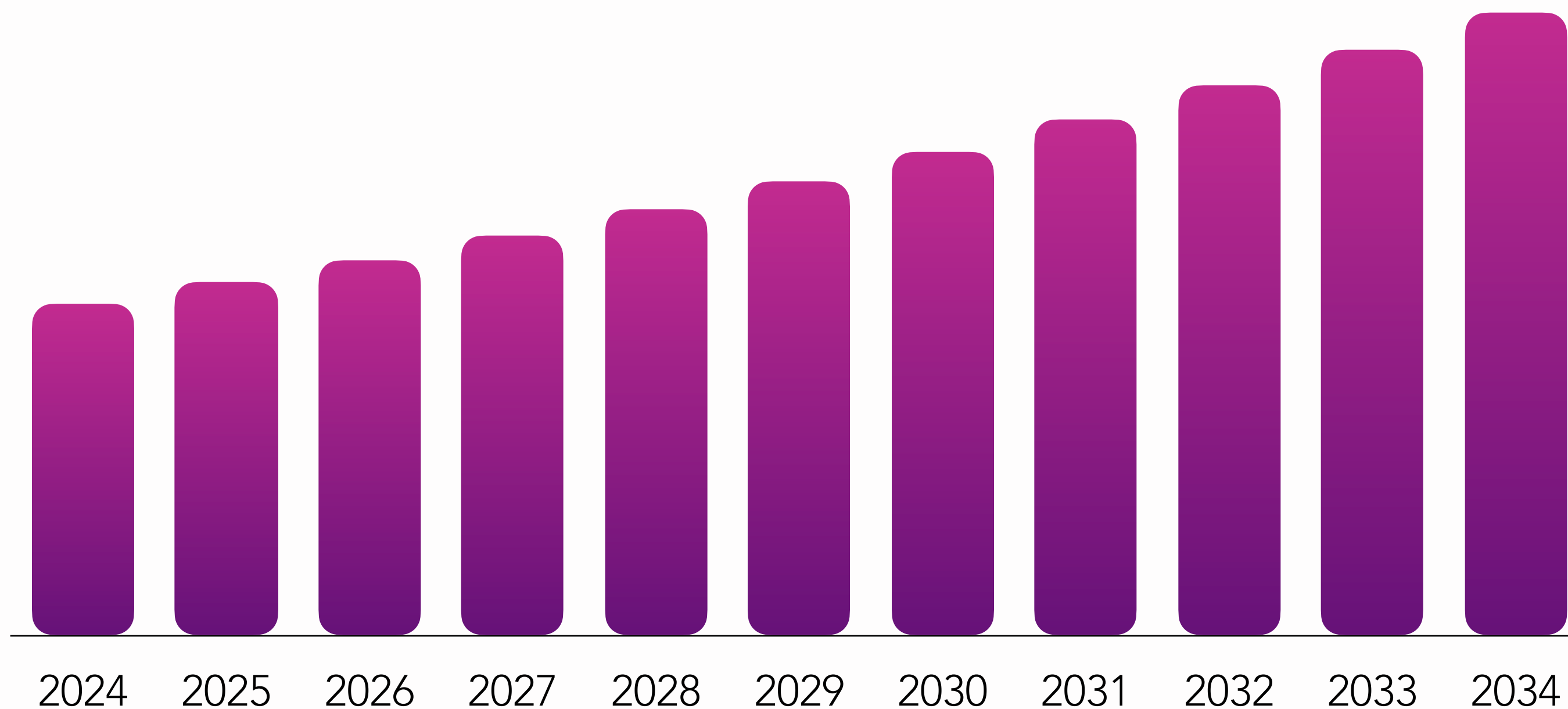
Top 10 des marques B2B les plus valorisées en 2024, en milliards de dollars :



# LE MARCHÉ DES SERVICES INDUSTRIELS EN CROISSANCE

## FORTE CONCURRENCE AU NIVEAU DE L'OFFRE ET DES SERVICES B2B

La taille du marché mondial des services industriels est estimée à **37,09 milliards de dollars en 2025** et devrait atteindre environ 65,53 milliards de dollars d'ici 2034, avec un **TCAC de 6,53 %** de 2024 à 2034.



Taille du marché mondial des services industriels de 2024 à 2034, en milliards de dollars.

Entreprises clés du marché mondial des services industriels \* :

GE, SIEMENS, Metso, wood, Honeywell, ABB, EMERSON, Rockwell Automation, Schneider Electric, ATS, SAMSON, SKF, Allnorth, WM, YASKAWA, Fuji Electric, genpact, iconics, Mitsubishi Corporation

# LES CHANGEMENTS DANS L'INDUSTRIE REDÉFINISSENT LE B2B

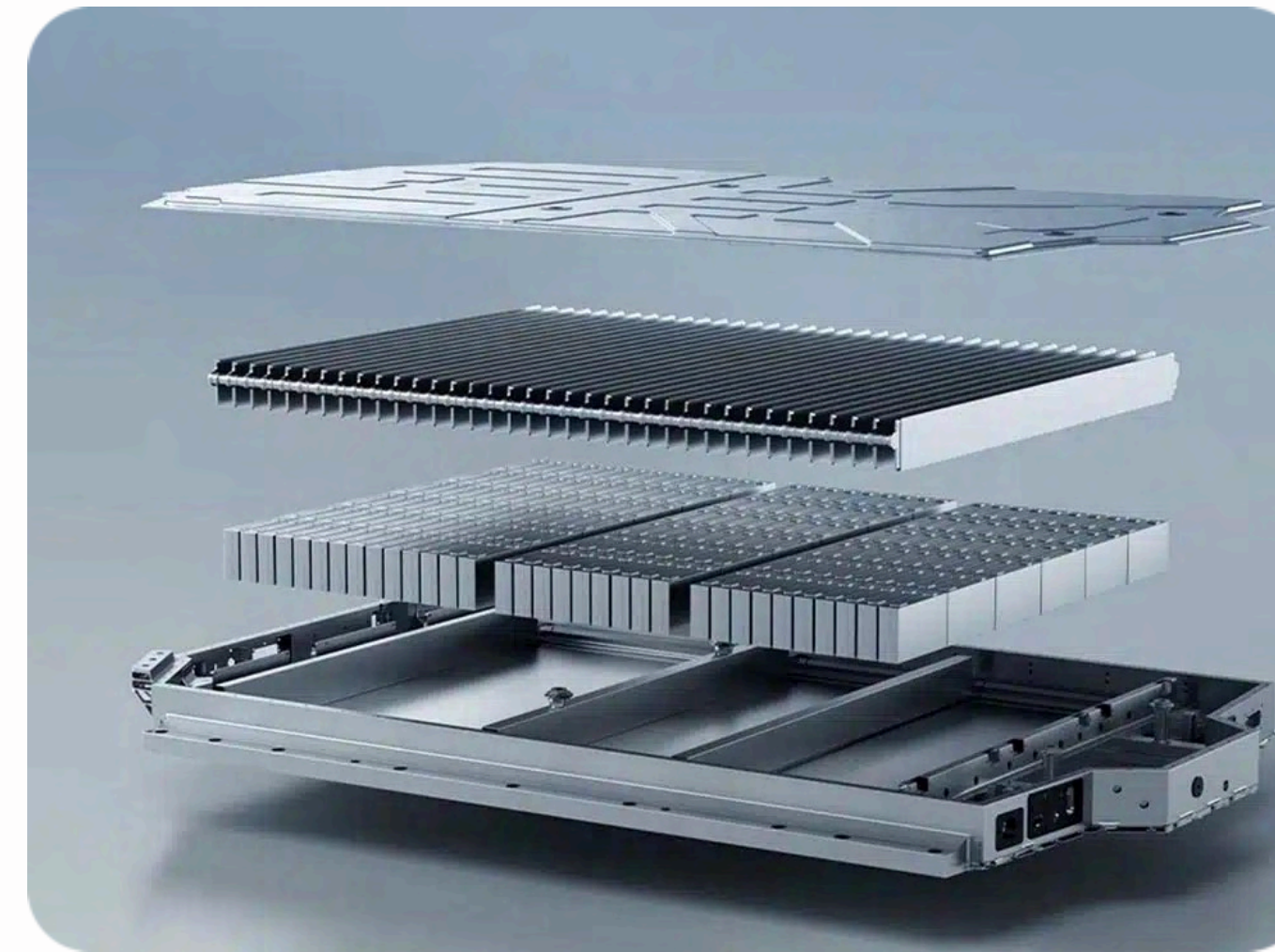
## UNE CONVERGENCE DES EXIGENCES DE DURABILITÉ ET D'INNOVATION NUMÉRIQUE

### Le B2B adapté à un nouveau paradigme industriel

L'émergence d'un **nouveau paradigme industriel** où **durabilité, intelligence** et **résilience** se renforcent mutuellement.

La convergence des **impératifs de durabilité et de transformation numérique** change la production, la chaîne d'approvisionnement et la création de valeur.

Les fournisseurs de **produits et services B2B** doivent **innover dans leur offre** tout en **améliorant leur supply chain** pour accéder à des opportunités dans le nouveau contexte.



**CATL : Innovation dans les produits B2B et la supply chain :**

- Le plus grand fabricant mondial de batteries pour VE avec **une part de marché mondiale de 37%**.
- En 2025, CATL a lancé de **nouvelles batteries** avec une densité énergétique allant jusqu'à 500 Wh/kg, soit **1,5 fois plus que les meilleures cellules de Tesla**, une charge rapide et une décharge efficace.
- CATL vise à atteindre la **neutralité carbone sur l'ensemble de la supply chain des batteries d'ici 2035**.

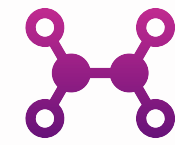
# UNE DIVERSIFICATION DE LA CONCURRENCE INDUSTRIELLE B2B

## DES OFFRES DE VALEUR ÉQUILIBRANT INNOVATION ET RÉSILIENCE



### Acteurs disruptifs

Nouvelles **startups** tech ou entreprises de **services numériques** avec des **solutions disruptives**.



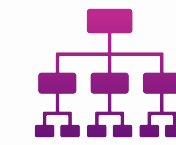
### Diversification de l'offre

Les **entreprises des pays émergents** prennent une plus grande importance avec des **produits de qualité à prix compétitifs**, offrant plus de choix aux acheteurs.



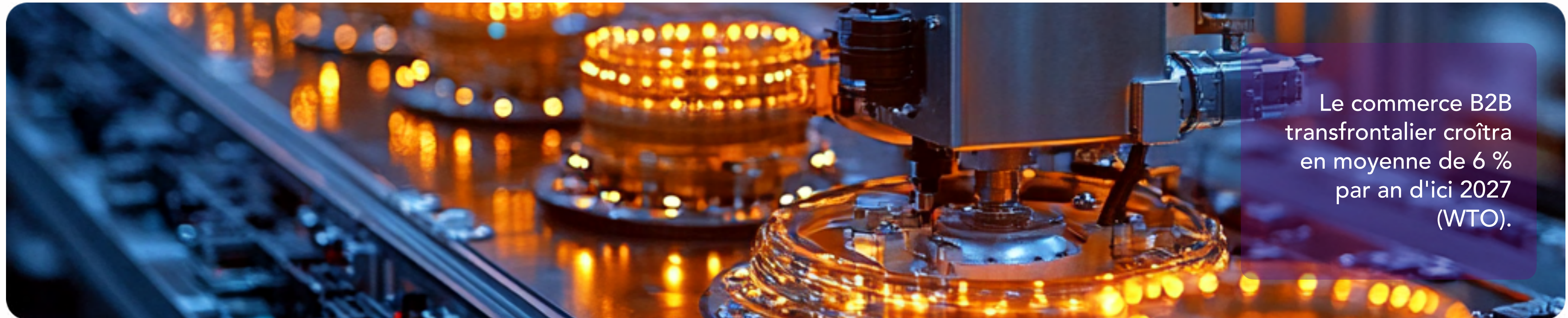
### Solutions sur mesure

Offres **hautement spécialisées** qui permettent de gérer la pression à court terme avec la création de valeur à long terme.



### Fusions et acquisitions

Des entreprises consolidées achètent des startups pour absorber leurs technologies et **accélérer leur transformation numérique**.



Le commerce B2B transfrontalier croîtra en moyenne de 6 % par an d'ici 2027 (WTO).

# UNE DEMANDE PLUS EXIGEANTE DANS L'INDUSTRIE

QUALITÉ, AGILITÉ ET SERVICE CLIENT SONT LES PRINCIPALES DEMANDES DES ACHETEURS B2B

Plus de 70 % des entreprises industrielles prévoient de revoir ou d'établir de **nouvelles politiques d'achats responsables** en 2025.



**Vycarb** neutralise le carbone en capturant, supprimant et stockant le CO<sub>2</sub> de façon instantanée, permanente et mesurable dans l'eau grâce à une technologie innovante.

## Principales demandes des clients B2B en 2025 :



Demande croissante de **produits de haute qualité** conformes aux spécifications, avec un **service client proactif** pour réduire les risques face aux imprévus.



**Informations accessibles** (online), **transparentes** et **complètes** pour comparer facilement les propositions en termes de coûts, délais et processus de production.



Attentes de **livraisons rapides**, de **spécifications personnalisables** et de **production agile** pour s'adapter à un environnement volatile.



Demande croissante de **solutions durables** pour atteindre les objectifs climatiques des entreprises.

# LA GESTION DES VENTES INTELLIGENTES

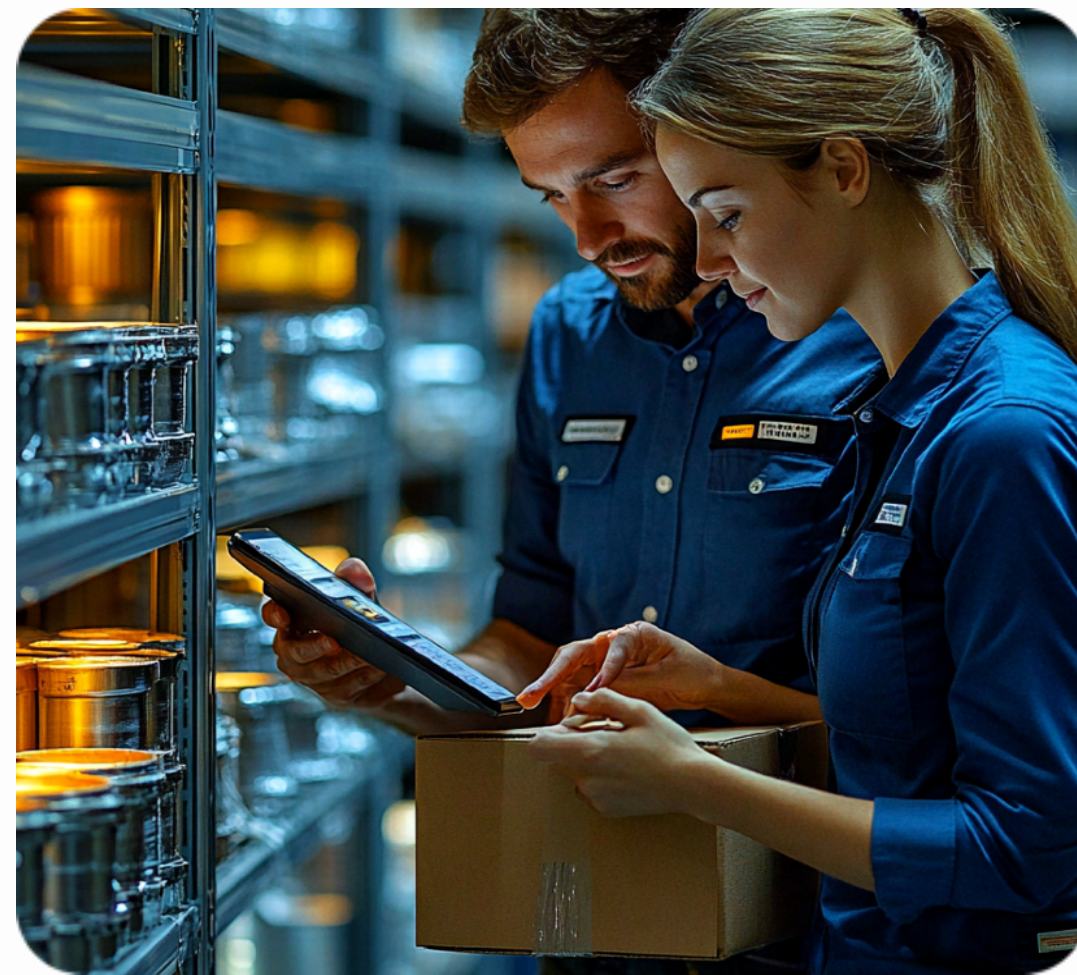
2

# UNE TRANSFORMATION DU MARKETING B2B EN COURS

AUTOMATISATION, DONNÉES, OMNICALITÉ ET CRÉATIVITÉ SONT LES CLÉS DU SUCCÈS

## Digitalisation accrue & omnicanalité

La vente omnicanale s'impose : les acheteurs B2B répartissent équitablement leurs interactions entre le **physique**, le **distanciel** et le **numérique**, intégrant sites, applications et visioconférences aux échanges humains.



## Fluidification de l'expérience client en ligne

Les acheteurs industriels recherchent **simplicité** et **réactivité**. Près de 49 % des transactions B2B s'effectuent déjà via des **portails en libre-service**, un phénomène encore plus marqué en Chine, où ce chiffre atteint 83 %.



## Transformation des processus de vente

Le **modèle RevOps\*** aligne étroitement marketing, ventes, service client et partenaires au sein d'un processus unifié couvrant tout le parcours, afin de briser les silos et d'améliorer l'efficacité.



## Exploitation des données et de l'IA

L'IA et les mégadonnées sont désormais des leviers stratégiques pour **optimiser les processus et la performance commerciale**. En 2024, 19 % des entreprises B2B ont déjà intégré l'IA générative dans leurs stratégies de vente.

# LE SELF-SERVICE DANS LES RELATIONS CLIENT B2B

INFLUENCÉS PAR LE B2C, LES ACHETEURS B2B VEULENT PLUS D'AUTONOMIE ET DE RAPIDITÉ

**100%**

des acheteurs souhaitent utiliser le self-service pour au moins une partie de leur parcours d'achat.

## Avantages pour les entreprises B2B :

L'**autonomisation** permet aux commerciaux de se concentrer sur des **interactions à forte valeur ajoutée**.

La **fidélisation client s'améliore** grâce à un meilleur contrôle des acheteurs sur leur processus d'achat, renforçant leur satisfaction et loyauté.

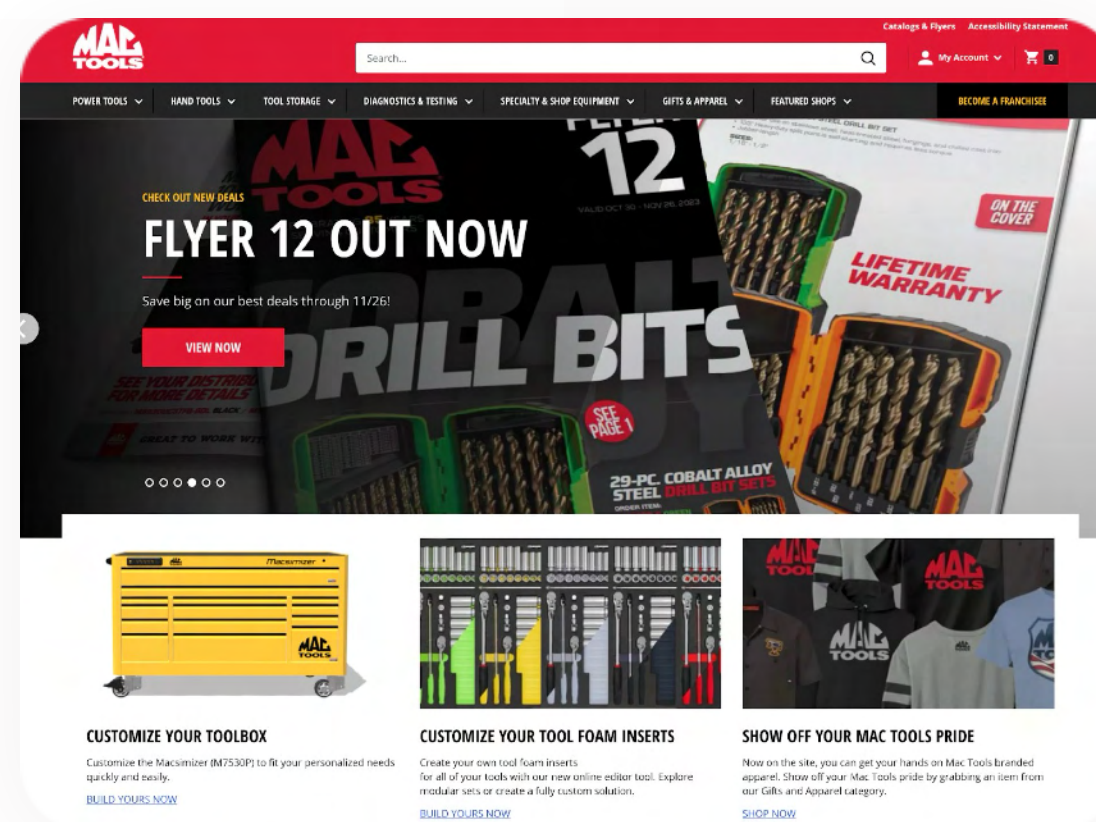
Les plateformes de self-service offrent des **expériences d'achat personnalisées**, adaptées aux besoins de chaque client.

L'**intégration optimale des technologies** comme l'IA, l'IA générative, l'IA agentique, les données, le VR/AR et les plateformes e-commerce avancées.

## Cas d'usage :



**VMO2** optimise l'expérience client et automatise les ventes B2B pour réduire le temps et les coûts, en améliorant les taux de conversion. En intégrant **WatsonX** d'IBM et **WatsonX Assistant**, ils ont créé un assistant virtuel intelligent pour un support personnalisé.



**Mac Tools** propose une expérience e-commerce intuitive, optimisée par **Shopify**, avec un filtrage, une sélection et un paiement faciles des produits. Leur **portail de franchisés** simplifie le processus pour que les concessionnaires deviennent des franchises.



**VOUS AVEZ LU 24%  
DU RAPPORT,  
POUR ALLER PLUS LOIN...**

[WWW.HUBINSTITUTE.COM](http://WWW.HUBINSTITUTE.COM)

CE RAPPORT VOUS A PLUS ?

# TÉLÉCHARGEZ LE RAPPORT COMPLET

LE RAPPORT **B2B & INDUSTRIE** CONTIENT :

- **TENDANCES** SUR LA GESTION DES VENTES INDUSTRIELLES B2B ET LES STRATÉGIES DE RÉSILIENCE DE LA SUPPLY CHAIN.
- **CAS D'USAGES** ET **SOLUTIONS** DANS LE SECTEUR DES BIENS ET SERVICES INDUSTRIELS B2B.
- **48 PAGES** PLEINES D'INSIGHTS EXPLOITABLES.

TÉLÉCHARGER LE RAPPORT



CE RAPPORT VOUS A PLU ?

# DEMANDER UN DEBRIEF OU MASTERCLASS DANS VOS LOCAUX OU ONLINE



**Emmanuel Vivier**

Co-fondateur du HUB Institute  
Analyste principal

DEMANDER UNE INTERVENTION







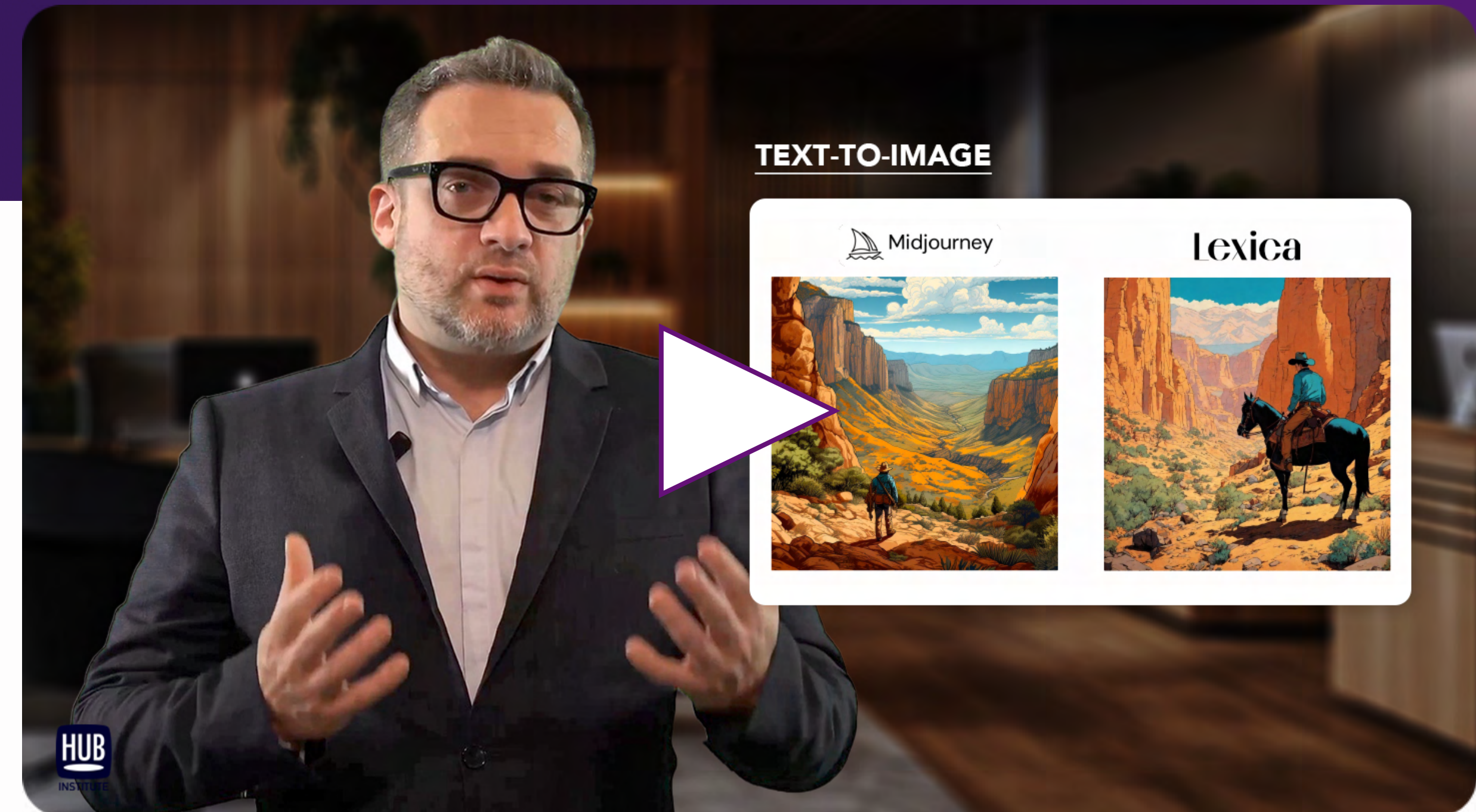
BOOSTEZ VOS COMPÉTENCES À L'ÈRE DE L'IA GÉNÉRATIVE

# DÉCOUVREZ NOTRE E-LEARNING « IA GÉNÉRATIVE POUR LES ENTREPRISES »

PLUS D'INFORMATIONS

## POURQUOI CE E-LEARNING ?

-  Une formation concrète pour découvrir la **réalité de l'IA Générative en entreprise**.
-  Entrer en action immédiate avec des **tutoriels « pas-à-pas »** pour devenir expert en prompting et identifier les cas d'usages pour les professionnels.
-  Découvrir des **témoignages inspirants de +10 marques (La Poste, Carrefour...)** ayant déployé l'IA Générative.
-  Accès à des contenus supplémentaires mis à jour inédits extraits de toute l'expertise du HUB Institute.



7H DE FORMATION  
IMMERSIVE

CONÇU POUR TOUS LES  
PROFESSIONNELS

13 MODULES DE  
FORMATION PROGRESSIFS

APPROCHE THÉORIQUE  
ET PRATIQUE

POUR ALLER PLUS LOIN...


# ADHÉREZ AU HUB INSTITUTE ET PROFITEZ TOUTE L'ANNÉE DE NOS INSIGHTS




## DÉCOUVREZ LES BÉNÉFICES DU MEMBERSHIP

 Plus de 50 études et rapports de tendances avec les insights les plus pertinents pour votre secteur et votre métier : **tendances, chiffres et bonnes pratiques en slides.**

 L'accès en illimité aux événements pour découvrir les meilleurs usages du marché et profiter de networking entre pairs : **Forums, matinées, retail tours, déjeuners et dîners.**

 Une plateforme en ligne et une application mobile pour un usage en toute autonomie : **inscription et replay des événements, téléchargement des contenus, networking entre membres et annuaires de solutions.**

 Une équipe à votre disposition toute l'année pour vous accompagner sur vos divers sujets de transformations : **accompagnement pour votre veille stratégique et des mises en relations entre pairs selon vos enjeux.**

## PLUS DE 120 ENTREPRISES SONT DÉJÀ MEMBRES



DEVENEZ MEMBRE



**Adeline Jouanne**  
Directrice Membership  
[adeline.jouanne@hubinstitute.com](mailto:adeline.jouanne@hubinstitute.com)



**Claudia Dias**  
Responsable Marketing et Commercial  
[claudia.dias@hubinstitute.com](mailto:claudia.dias@hubinstitute.com)

# MERCI

## **CRÉDITS :**

Ce HUB Report est réalisé par le HUB Institute

Chargés d'étude : Laureano Mon, Mathias Desroches & Maëlys Rio.

Avec l'aide de Rodrigue De Greslan et de toutes les équipes du HUB Institute.

Sous la direction de : Emmanuel Vivier.

Ce HUB Report est la propriété du HUB Institute.

Aucun élément protégé par le droit d'auteur ne peut être reproduit, redistribué ou transféré sans l'accord préalable du HUB Institute.

Les HUB Reports sont disponibles pour les membres du HUB Institute à des fins internes uniquement.

Les images illustrant ce HUB Report sont générées via des outils d'IA générative.

[www.hubinstitute.com](http://www.hubinstitute.com)