

## memento

Logiciel IBM **Information Management** Lotus Rational Tivoli WebSphere[ibm.com/software/fr](http://ibm.com/software/fr)

## Distribution

Les solutions logicielles pour la grande distribution et les commerces spécialisés

## Introduction

Le secteur Distribution connaît des mutations profondes. C'est pourquoi IBM a souhaité positionner des solutions métier sur les 5 problématiques majeures auxquelles la grande distribution et les commerces spécialisés ont à faire face.

## PROBLÉMATIQUE

La modification des modes de consommation et les progrès technologiques obligent le secteur de la distribution à évoluer. Les distributeurs doivent se différencier en introduisant de nouvelles technologies dans les magasins ; proposer des terminaux plus innovants pour les points de vente et des applicatifs de fidélisation ; repositionner le client au cœur des stratégies commerciales et s'adapter rapidement à l'évolution concurrentielle du secteur.

## SOLUTION &gt; Store Integration Framework (SIF)

L'intégration de nouveaux applicatifs, de nouvelles technologies, dans le magasin et avec le back-office.

La Solution SIF permet de connecter les magasins en temps réel à la structure informatique de l'entreprise ; de déployer des applications ou des fichiers dans les magasins à partir du site central ou back-office, de les configurer et de les monitorer. Elle réduit ainsi considérablement la complexité d'intégration, d'administration et de mise en œuvre de ces nouvelles technologies. Dans le cadre d'une approche orientée vers les services « Métier » la solution SIF permet la mise en place d'un « ESB light » pour une architecture de type SOA.

## Bénéfices

- > Permet la mise en place d'une infrastructure magasin flexible et ouverte, plus facile à installer et à piloter, reliant en temps réel les applications du magasin au site central et enrichissant les fonctionnalités de l'encaissement.
- > Basées sur des technologies standards, ces solutions permettent d'intégrer les différentes applications futures à base de composants ou de services.
- > Retour sur investissement rapide.

## PROBLÉMATIQUE

Fléchissement de la croissance et de la marge lié au manque de visibilité et à la non-fiabilité des données concernant les mouvements des produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

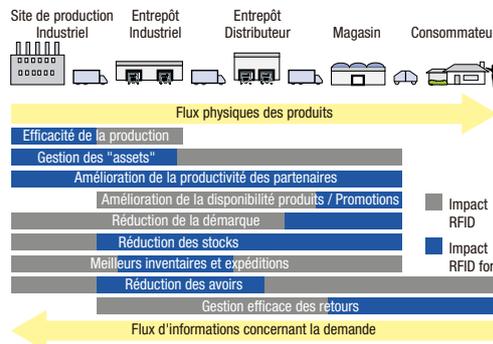
## SOLUTION &gt; Merchandising et chaîne d'approvisionnement.

Ces solutions permettent de bâtir une chaîne d'approvisionnement flexible et dynamique, permettant une plus grande efficacité au travers d'une meilleure collaboration entre fournisseurs et distributeurs. Grâce à l'optimisation du catalogue produits, à l'échange des fiches produit, à une meilleure communication avec les clients et à la technologie RFID, elle permet également une traçabilité complète des produits à tous niveaux et tous moments. Du fait d'une meilleure prise en compte du comportement consommateurs, le merchandising est également optimisé.

## Bénéfices

- > Meilleure visibilité des échanges de données entre partenaires commerciaux.
- > Réduction des erreurs et des processus manuels consommateurs de temps dans la gestion des informations produits et des promotions.
- > Possibilité d'automatiser la collaboration avec toutes les tailles de fournisseurs, grâce à un portail en complément des solutions de Global Data Synchronization.
- > Réduction des coûts et des inefficacités au sein de chaînes d'approvisionnement hétérogènes.
- > Meilleure réactivité Business sur les promotions et les stocks, grâce à la visibilité en temps réel.
- > Traçabilité du produit tout au long de son cycle de vie, donc facilitation des retraits en cas de problème.

## Impact du RFID sur la chaîne d'approvisionnement



## Contacts



Claude Frauly - 06 08 87 50 76  
[frauly@fr.ibm.com](mailto:frauly@fr.ibm.com)



Sophie Chateau - 06 86 07 96 17  
[sophie.chateau@fr.ibm.com](mailto:sophie.chateau@fr.ibm.com)

# memento Secteur Distribution

## PROBLÉMATIQUE

Comment faciliter au quotidien la prise de décision des responsables de magasin ? Le suivi de l'exécution, la performance d'un département par rapport aux objectifs définis, des éléments clés pour les managers opérationnels, qui contribuent à accroître leur compétitivité sur leur zone de chalandise.

Comment transmettre la bonne information à la bonne personne ? Comment libérer du temps au profit de la relation client ?

Autant de questions dont le point commun se résume ainsi : l'accès et le partage des informations sont aujourd'hui indispensables à un distributeur s'il souhaite rester efficace et compétitif.

## SOLUTION > Portail magasin

**Communiquer, échanger, collaborer : des outils simples au service des métiers de la distribution.**

Le portail d'entreprise est la porte d'entrée vers les données du système d'information de l'entreprise pour l'ensemble du personnel et éventuellement les partenaires. Le portail magasin ou un portail pour franchisés permettent le travail collaboratif, la gestion documentaire, la gestion du temps et des process. Parmi les possibilités offertes par nos portails figurent, notamment :

- L'information des responsables sur le terrain (portail ou outils de mobilité, différents indicateurs ou suivi d'activité, tableaux de bord sur le chiffre d'affaires, le stock, les marges, ...).
- La collaboration (présentiel, chat, voix IP, ...).
- Le traitement de processus clés, tels que les processus de sécurité, le SAV, les réclamations clients, ...
- Les relations avec les fournisseurs, par l'accès à des catalogues automatiquement mis à jour, la centralisation des offres tarifaires.
- La gestion du personnel (Ressources Humaines). Gestion du temps de travail, des absences, des embauches, ...
- La formation (e-learning) du personnel sur les aspects sécurité, les nouveautés du catalogue, ...

## Bénéfices

- > Unicité de l'outil pour tous les types de populations, qu'elles soient mobiles ou non.
- > Possibilité d'enrichir dynamiquement le contenu en fonction des besoins métier.
- > Meilleure productivité et fidélisation des employés.

## PROBLÉMATIQUE

Que les entreprises appartiennent au « B2B » ou au « B2C », elles se sont engagées dans la voie du multicanal. La distribution multicanal désigne le recours à des canaux d'accès au client diversifiés. Il s'agit pour les entreprises d'adapter leurs canaux de distribution aux besoins spécifiques des différents segments de clients, en vue de proposer la bonne offre au bon client et au bon moment, via le bon canal.

Si la multiplication des moyens d'accès à l'offre commerciale de l'entreprise permet d'augmenter la fréquence des contacts avec les clients et le CA que ces contacts génèrent, il est indispensable que cette offre soit similaire d'un canal à l'autre, voire que l'offre se réponde et se renforce mutuellement sur chacun des canaux.

## SOLUTION > Multi canal / E-commerce

Toute entreprise se doit de recruter de nouveaux clients pour renouveler son portefeuille clients mais également pour élargir sa cible. Pour atteindre cet objectif avec plus d'efficacité, les entreprises associent plusieurs canaux de contact.

Le portefeuille de solutions IBM permet aux entreprises d'avoir une vision client unique, quelles que soient les modes d'interaction. Depuis la gestion des points de fidélité en cross-canal en passant par la commande sur kiosque lorsqu'un article est indisponible en magasin ou en facilitant le travail des vendeurs (vente assistée)... les applications du multicanal sont nombreuses et la prise en compte de la chaîne d'approvisionnement primordiale.

Devenu en quelques années une sorte d'explosion d'Internet, Second Life change le concept d'e-commerce en apportant une proximité nouvelle avec les internautes. IBM est déjà dans Second Life avec une demi-douzaine d'îles, 230 employés à plein temps dans l'univers et des investissements majeurs. Après l'e-commerce, Second Life représente le nouveau commerce virtuel (vCommerce).

## Bénéfices

- > Les clients qui reconnaissent à un fournisseur la prise en compte de leurs besoins de manière personnalisée et unifiée, sont beaucoup plus fidèles, plus gros consommateurs de ventes croisées et reviennent plus fréquemment, quel que soit le canal d'interaction utilisé.
- > IBM propose une gamme complète d'outils (offre unique sur le marché) couvrant la totalité du processus multicanal avec de nombreuses références clients.

## PROBLÉMATIQUE

Difficulté à piloter le business par manque de vision Entreprise des différents éléments d'informations stratégiques concernant les ventes, les clients, les produits et fournisseurs.

## SOLUTION > Décisionnel et réactivité Business

Ces solutions permettent de prendre les décisions Business adéquates dans tous les domaines de l'entreprise, grâce à une bonne visibilité au jour le jour des ventes, des actions Marketing, des promotions, ...

Cette visibilité en temps réel tient compte de tous les canaux de distribution utilisés, de leur interaction entre eux, des informations internes comme externes à l'entreprise (analystes, concurrence, ...) et des comportements consommateurs.

## Bénéfices

- > Capacité à visualiser les informations à un niveau Entreprise donc avec une fiabilité accrue, grâce à l'éviction des silos par division ou canal de distribution.
- > Meilleur relationnel avec les consommateurs grâce à une vision unique de leur comportement quel que soit le canal de distribution utilisé, d'où une fidélité accrue.
- > Réduction des coûts de gestion des informations, grâce à une diffusion unique mais adaptée aux profils des utilisateurs ou des canaux de distribution.
- > Optimisation du revenu et de la marge, grâce à une meilleure compréhension de son marché et à un focus particulier sur les axes de croissance et les clients rentables.
- > Réactivité accrue sur les promotions, l'introduction des nouveaux produits, les ruptures de stocks et les besoins de réapprovisionnement, magasin par magasin.
- > Capacité de commercialiser les données de ventes aux fournisseurs et analystes.
- > Intégration possible avec les autres outils décisionnels de l'entreprise.