

memento



Logiciel IBM Information Management Lotus Rational Tivoli WebSphere

ibm.com/software/fr

Distribution

Industriels de la grande distribution

Introduction

Les industriels des produits de grande consommation souffrent d'un manque de contact direct avec leurs consommateurs et d'une pression forte des distributeurs sur leurs marges.

Ils doivent donc mieux connaître les attentes de leurs consommateurs et y répondre par des produits innovants, tout en renforçant l'image de leurs marques face aux premiers prix et marques propres des distributeurs. La qualité de service fournie à leurs Grands Clients Distributeurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement est aussi un élément clé qui leur permettra de se différencier de leurs concurrents, qu'ils soient locaux ou mondiaux, et de prendre des parts de marché.

PROBLÉMATIQUE

Face au volume et à la multiplication des sources de données en provenance des analystes, des distributeurs, des consommateurs, d'internet, les industriels ont du mal à extraire les informations importantes et à les utiliser pour mieux cibler leurs clients, innover et mieux collaborer avec leurs grands clients distributeurs.

SOLUTION > Décisionnel et collaboration avec les grands clients (distributeurs)

Au travers de la couverture de 3 processus métier stratégiques, que sont la planification des ventes, la gestion des grands clients clés et l'analyse des données concernant les consommateurs, les fabricants de produits de grande consommation peuvent optimiser leurs parts de marché et leurs marges et innover.

Cela permet également de se lancer de manière plus sécurisée vers des actions de vente en direct au travers d'un site e-commerce.

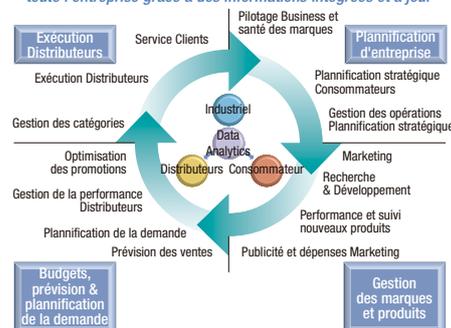
Bénéfices

- > Analyse complète des ventes et comportements consommateurs par produit ou zone géographique, quelle que soit la provenance des données (distributeurs, analystes, site Web, ...) permettant des décisions stratégiques au niveau de la création des nouveaux produits, des plannings de fabrication et des promotions.
- > Fourniture automatisée aux distributeurs de planning de prévisions des ventes tenant compte de tous les paramètres impliqués (historique, nouvelle stratégie, ...), puis suivi actif et régulier de ce planning.
- > Collaboration poussée avec les grands clients clé, grâce à un accès direct personnalisé aux applications métier permettant une interaction en temps réel sur les ventes, les promotions et les situations de crise (ruptures, retrait produit, ...).
- > Faculté de gérer une stratégie multi-canal et une vision client unique pour les industriels qui commercialisent directement leurs produits sur le Web, au travers de magasins ou kiosques.

Produits SWG

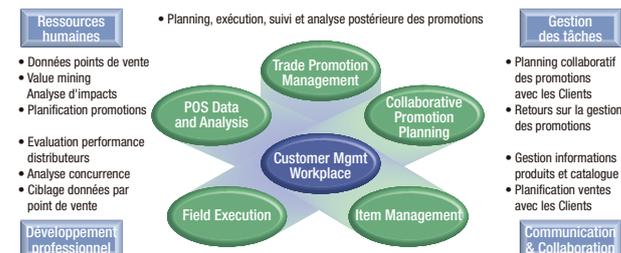
WebSphere Customer Center, DB2 Enterprise Warehouse edition, DB2 Alphablox, DB2 cube views, Ascential, DB2 Content Manager, WebSphere Commerce, WebSphere Business Integration, Workplace for CP sales mgmt, WebSphere Business Modeler, WebSphere Integration Developer, WebSphere Process Server, WebSphere Portal

Solution "Shopper Insight": Vision exacte du marché pour toute l'entreprise grâce à des informations intégrées et à jour



Portail de gestion des Grands Clients:

Cette solution intègre les fonctions clés du domaine du support des ventes



memento Distribution

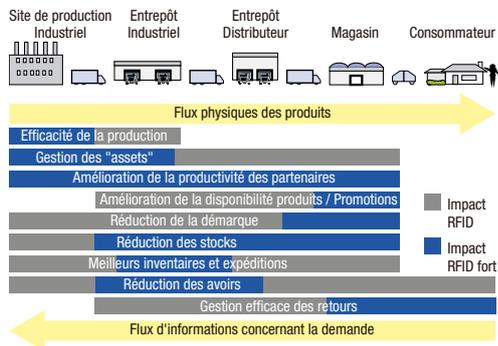
PROBLÉMATIQUE

Fléchissement de la confiance des consommateurs dans les grandes marques et nécessité de fournir un service irréprochable tout au long de la chaîne d'approvisionnement, pour éviter les ruptures de stocks et être capable de réagir très vite en cas de crise.

SOLUTION > Chaîne d'approvisionnement pilotée par le besoin consommateur

Nos solutions permettent de bâtir une chaîne d'approvisionnement flexible et dynamique permettant une plus grande efficacité au travers d'une meilleure collaboration entre fournisseurs de produits de grande consommation et distributeurs. Grâce à l'optimisation du catalogue produits, à l'échange des fiches produits et à une meilleure communication avec les distributeurs et consommateurs, les industriels de produits de grande consommation génèrent plus de bénéfices et de satisfaction de la part de leurs clients. La technologie RFID, qui permet une traçabilité complète des produits à tous niveaux et tous moments, améliore de son côté la visibilité de la chaîne d'approvisionnement. Du fait d'une meilleure réponse aux attentes du consommateur, le lancement des nouveaux produits est optimisé.

Impact du RFID sur la chaîne d'approvisionnement



Bénéfices

- > Meilleure interactivité avec les Grands Clients, d'où une satisfaction accrue et un échange d'informations plus fiable (réduction des avoirs liés aux erreurs de facturation/livraison versus commandes).
- > Réduction des erreurs et des processus manuels, consommateurs de temps, dans la gestion des informations produits et des promotions.
- > Possibilité d'automatiser la collaboration et l'envoi de la fiche produit à toutes les localisations et tailles d'enseignes, grâce aux solutions de Global Data Synchronization.
- > Réduction des coûts et des inefficacités au sein de chaînes d'approvisionnement hétérogènes, notamment lors de fusions/acquisitions.
- > 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.

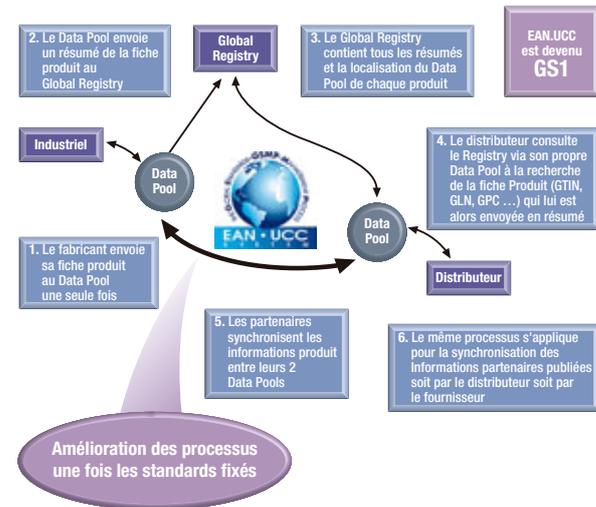
Produits SWG

WebSphere Product Center (PIM and GDS versions), WebSphere Customer Center, WebSphere RFID Premises Server, WebSphere Business Integration Server

Gestion des multiples dimensions des informations Produit et de leur diffusion au travers d'un référentiel Produit



Principe de fonctionnement de la Global Data Synchronization



Contacts



PRODUITS DE GRANDE CONSOMMATION

Françoise Forsans - 06 74 98 15 97
francoise.forsans@fr.ibm.com