

Flowserve rationalise son circuit de distribution avec IBM

Exposé général

■ Le défi à relever

Flowserve souhaitait optimiser son circuit de distribution afin d'être plus réactif à ses clients, ses fournisseurs et ses distributeurs – et renforcer ainsi son avantage sur la concurrence

■ Pourquoi le modèle "on demand" ?

Une infrastructure de type "e-business on demand" devait offrir à la société les outils nécessaires pour devenir plus réactive grâce à une capacité d'accès en temps réel aux ressources informationnelles de l'entreprise

■ La solution

Flowserve a déployé une infrastructure "on demand" basée sur les technologies WebSphere – une nouvelle place de marché électronique a été développée pour automatiser les processus associés aux commandes de produits, aux demandes de renseignements et à la collaboration sur la conception, et pour permettre aux clients d'effectuer des transactions en temps réel

■ Avantages clés

100 millions USD de recettes générées cette année grâce aux solutions Web et aux places de marché électroniques déployées ; taux de rendement du capital investi de 100% attendu cette année ; réduction de 50% des temps de cycle de vente



Flowserve a développé un large éventail de cours de formation technique et à la maintenance pour renforcer les connaissances des clients dans les systèmes de gestion de fluides.

Dans le monde des pompes et de la robinetterie, Flowserve Corporation se dresse tel un géant. Avec un chiffre d'affaires annuel de 2,3 milliards USD, Flowserve (www.flowserve.com) est le premier fabricant au monde de produits industriels de régulation de débit. La société, basée à Irving, Texas, compte un effectif de 14 000 salariés et est présente dans 56 pays dans le monde. Mais les défis qu'elle a à relever n'en sont pas moins à la hauteur de ses ambitions commerciales.

“Avec trois secteurs d'activité principaux et 40 sources de données disparates disséminées dans l'entreprise, nous avons beaucoup de difficultés à partager l'information avec nos salariés, nos clients et nos fournisseurs.”

– Rory MacDowell, Responsable des technologies de l'information, Flowserve

Intégrer des solutions qui facilitent l'adoption du modèle "e-business on demand"

Avantages du modèle "on demand"

- La société a renforcé sa capacité à répondre aux clients, réduit ses temps de cycle de vente, augmenté son chiffre d'affaires et réduit ses coûts en déployant des processus métier en temps réel automatisés basés sur le Web
- L'infrastructure informatique intégrée, ouverte et extensible a permis de renforcer la compétitivité de l'entreprise
- Le regain de réactivité a renforcé la satisfaction de la clientèle

Pour rester alignée sur les attentes de ses clients en termes de rapidité et de souplesse, Flowserve savait qu'elle devait optimiser la circulation de l'information au sein de l'entreprise – et revoir ses anciens systèmes à base de télécopieurs et de téléphones pour gérer les commandes des clients. "Avec trois secteurs d'activité principaux et 40 sources de données disparates disséminées dans l'entreprise, nous avons beaucoup de difficultés à partager l'information avec nos salariés, nos clients et nos fournisseurs," souligne Roy MacDowell, le responsable des technologies de l'information chez Flowserve. "Nos processus métier manuels de guichet étaient à la fois coûteux, chronophages et sujets aux erreurs. Le personnel de bureau de chaque branche devait entrer manuellement les numéros de référence, configurations de produit et données client dans des bases de données cloisonnées. Dans ce secteur d'activité, vous devez réagir très rapidement aux demandes des clients. L'instinct de possession très développé dans notre industrie et le nombre de systèmes en place faisaient du regroupement des éléments d'information un critère essentiel pour les projets informatiques à venir. Il nous fallait donc améliorer nos systèmes informatiques pour répondre plus rapidement aux besoins de nos clients."

Flowserve était aussi limitée dans sa capacité à fournir aux clients des informations sur les projets de conception spéciaux – une part importante de l'activité de Flowserve qui couvre souvent plusieurs branches. "Une grande partie de nos clients veulent réexaminer les plans et devis ou consulter l'état d'avancement des projets de conception spéciaux," indique MacDowell. "Mais nous nous sommes vite rendu compte que nous devions optimiser nos systèmes et nos ressources pour pouvoir leur fournir l'information recherchée en temps réel."

"Notre nouvelle infrastructure basée sur des logiciels WebSphere nous offre une base solide pour répondre de manière rapide et efficace aux besoins de notre entreprise."

– Rory MacDowell

En tant que fabricant de produits d'usage courant, Flowserve risquait de perdre des parts de marché au bénéfice de ses concurrents si elle ne parvenait pas à se différencier avec des services client à valeur ajoutée. Flowserve devait trouver un moyen d'offrir à la fois aux clients et au personnel une capacité d'accès en temps réel à un vaste choix d'informations sur les produits et d'indicateurs tels que les volumes réservés, les quantités expédiées, les stocks disponibles, les niveaux de prix, l'état d'avancement des projets, les pourcentages de livraison dans les délais prévus, les affaires en suspens et les compte clients. L'entreprise savait qu'en développant un circuit de distribution plus réactif et rationalisé – alimenté par un flux d'informations enrichi – elle pourrait non seulement fidéliser davantage sa clientèle, mais aussi gagner en rentabilité grâce à des temps de cycle réduits.

Flowserve met en oeuvre une stratégie "on demand" basée sur des logiciels WebSphere

Dans le but de résoudre les problèmes auxquels elle était confrontée, Flowserve a développé une vision stratégique pour l'entreprise incluant des technologies "on demand" comme fondement de ses initiatives e-business. La direction de Flowserve a déterminé que cette vision devrait intégrer des logiciels WebSphere – parallèlement à d'autres solutions IBM – comme éléments de base des solutions e-business envisagées pour l'avenir. La priorité étant que Flowserve se concentrerait d'abord sur le déploiement de places de marché virtuelles pour mieux satisfaire sa clientèle.

Ces places de marché électroniques, ou virtuelles, sont destinées à automatiser les processus pour les commandes de produits et la collaboration avec les clients sur l'ensemble des branches d'activité de la société. Elles offrent aux clients et aux concessionnaires une capacité d'accès instantané aux bases de données centrales de Flowserve, leur permettant de consulter les catalogues de produits, de contrôler l'état d'avancement des projets en cours, de visualiser les schémas techniques, de télécharger des manuels techniques, de passer des commandes et d'exécuter par voie électronique les autres fonctions associées à l'achat de produits et de services. Au lieu d'utiliser un téléphone ou un télécopieur, les clients et les concessionnaires pourront commander et configurer eux-mêmes les produits, en temps réel, via Internet. Le processus sera entièrement automatisé et sans papier, et devrait au final remplacer complètement les procédures de passation de commandes manuelles.

A ce jour, l'entreprise a déployé quatre places de marché électroniques, en commençant par un "magasin virtuel" de robinetterie industrielle ciblé sur les concessionnaires Flowserve. Les autres lignes de produits dotées de portails électroniques incluent les secteurs des pompes et de la régulation de débit. Désormais, au lieu de fonctionner en silos, les branches d'activité de Flowserve qui sont équipées de places de marché virtuelles travaillent de concert et partagent les informations entre les différentes divisions. Par exemple, si un client de la division "pompes" en Europe veut passer une commande auprès de la division "robinetterie" aux Etats-Unis, toutes les informations sont accessibles par le vendeur en temps réel, lui permettant de conclure la vente avec une nomenclature unique.

Les logiciels WebSphere préservent la circulation de l'information

Pour l'aider à mettre en oeuvre sa stratégie e-business, Flowserve a fait appel à SBI and Company, un partenaire commercial de premier plan d'IBM riche d'une grande expérience dans le développement de solutions d'entreprise pour l'industrie. "SBI a associé son haut niveau de compétences à ce projet," précise MacDowell. "Leurs experts nous ont aidés à développer l'architecture et nous ont guidés tout au long du processus d'implémentation. Leur aide nous a été extrêmement précieuse."

IBM WebSphere Application Server constitue la plate-forme des places de marché électroniques, offrant une intégration transparente avec trois systèmes de gestion intégrée distincts exécutés sur des systèmes IBM @server iSeries, pSeries et xSeries. Les clients accèdent aux places de marché virtuelles via l'extranet de Flowserve, qui inclut des sites Web protégés par mot de passe pour les différentes branches d'activité.

IBM WebSphere Commerce assure la fonctionnalité de commerce en ligne et l'interface frontale avec les applications de guichet de Flowserve.

Avec IBM WebSphere Studio Application Developer, Flowserve dispose d'un environnement de développement intuitif pour créer des applications Web pour les commandes de produits. "Les logiciels WebSphere d'IBM nous permettent de prendre appui sur nos ressources et nos compétences existantes tout en répondant à l'ensemble de nos besoins en matière d'e-business," souligne MacDowell.

Composants majeurs

Logiciels

- IBM WebSphere Application Server
- IBM WebSphere Commerce
- IBM WebSphere Portal
- IBM WebSphere Studio Application Developer
- IBM Lotus Notes
- IBM Lotus Domino
- IBM Lotus QuickPlace
- IBM Lotus Instant Messaging

Serverus

- IBM @server iSeries
- IBM @server pSeries
- IBM @server xSeries

Partenaire commercial

- SBI and Company



Flowserve utilise également IBM WebSphere Portal en interne pour son intranet d'entreprise. L'intranet, qui intègre une messagerie IBM Lotus Notes, des applications IBM Lotus Domino, IBM Lotus Instant Messaging et IBM Lotus QuickPlace, permet aux salariés d'accéder à un ensemble puissant d'applications orientées métier en libre-service.

Flowserve avait évalué plusieurs solutions pour créer une place de marché électronique avant de faire le choix de la gamme WebSphere. L'engagement d'IBM quant au respect des normes de l'industrie a été un élément décisif, étant donné que Flowserve nécessitait un environnement intégré ouvert. "L'application de standards ouverts est essentielle à nos yeux en ce qu'ils nous permettent de sous-traiter facilement les processus non vitaux en cas de besoin," souligne MacDowell.

IBM comme moteur de revenus "on demand"

Les solutions Web "on demand" de Flowserve ont généré environ 100 millions USD cette année, dont 20 millions USD sont gérés directement via les places de marché électroniques WebSphere Commerce.

Avec le succès de la stratégie de portails de Flowserve, la société compte récupérer l'intégralité de son investissement dans les technologies IBM en un an seulement. Ces nouvelles solutions ont déjà réduit de moitié le temps de traitement des commandes, et les marges sont plus élevées grâce à

une meilleure maîtrise des coûts. Le système a également réduit les coûts de transaction, permettant d'étendre les capacités des systèmes internes à de nouveaux distributeurs, clients et marchés sans frais d'administration supplémentaires.

Si l'on se tourne vers l'avenir, la société compte étendre la solution à ses fournisseurs, et envisage de déployer trois autres places de marché électroniques départementales au cours des six prochains mois. Par ailleurs, Flowserve est en train d'évaluer la boîtes à outils IBM WebSphere Business Integration Toolkit pour enrichir ses capacités d'intégration d'entreprise.

"Notre nouvelle infrastructure basée sur des logiciels WebSphere nous offre une base solide pour répondre de manière rapide et efficace aux besoins de notre entreprise," souligne MacDowell. "En intégrant les données, les applications, les processus et les personnes à tous les niveaux et au-delà de l'entreprise, Flowserve pourra continuer longtemps à offrir des services à valeur ajoutée à ses clients."

Pour plus d'informations

Veuillez contacter votre représentant IBM ou un partenaire commercial IBM.

Vous pouvez aussi nous rendre visite sur notre site à l'adresse suivante : ibm.com/websphere

Pour plus d'informations sur SBI, rendez-vous sur : www.sbiandcompany.com

Compagnie IBM France
Tour Descartes - La Défense 5
2, avenue Gambetta
92066 - Paris-La Défense Cedex.

IBM Belgium
Avenue du Bourget/Bourgetlaan, 42
B - 1130 Brussels.

La page d'accueil IBM est accessible sur ibm.com

IBM, le logo IBM, le logo On Demand Business, Domino, @server, ibm.com, iSeries, Lotus, Lotus Notes, Notes, pSeries, QuickPlace, WebSphere et xSeries sont des marques d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les autres raisons sociales, noms de produit et noms de service peuvent être des marques de leurs propriétaires respectifs.

Cette étude de cas représente un exemple d'utilisation de produits IBM par un client et un partenaire commercial IBM spécifiques. Il n'y a aucune garantie de résultats comparables.

Les mentions dans cette publication de produits ou de services IBM ne sous-entendent pas qu'IBM a l'intention de les commercialiser dans tous les pays où la société opère.

Produit aux Etats-Unis d'Amérique
05-04

© Copyright IBM Corporation 2004
Tous droits réservés.