

IBM SolutionsConnect 2013

L'IBM TechSoftware nouvelle génération

28, 29 et 30 août
IBM Client Center Paris



#solconnect13



IBM SolutionsConnect 2013

Le MDM Cross canal

Jean-Claude Bernardon (Edifixio)

Christophe Bertin (IBM)



#solconnect13



SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

Les changements dans les canaux de vente nécessitent de nouvelles approches pour aider à maximiser la rentabilité et le rendement.

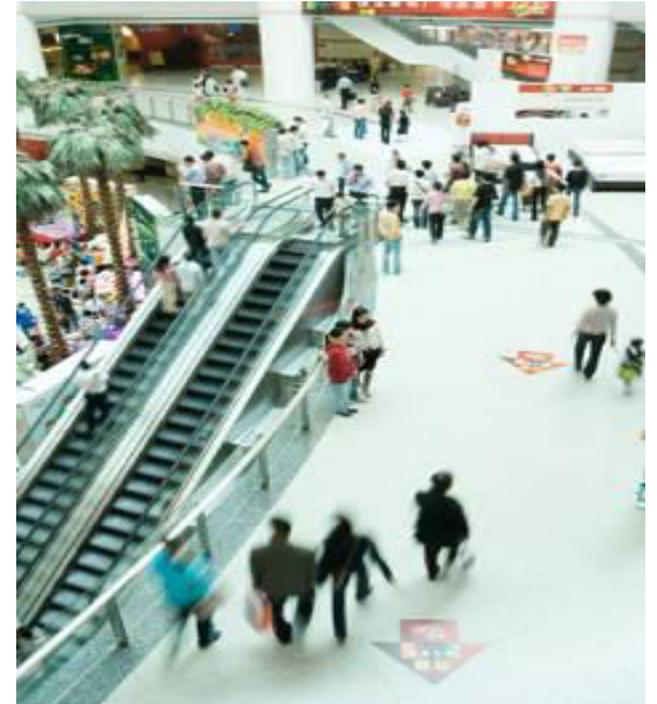
Les changements démographiques créent de nouveaux marchés

Les phénomènes de récession entraînent des contraintes sur les dépenses de consommation

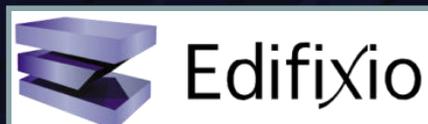
Les opportunités de croissance bouleversent des modèles métiers et les relations traditionnelles

L'omniprésence des technologies de communication changent les interactions avec les clients

Le degré de connaissance des clients qui prend de plus en plus le contrôle dans les processus d'achat



#solconnect13



SolutionsConnect 2013

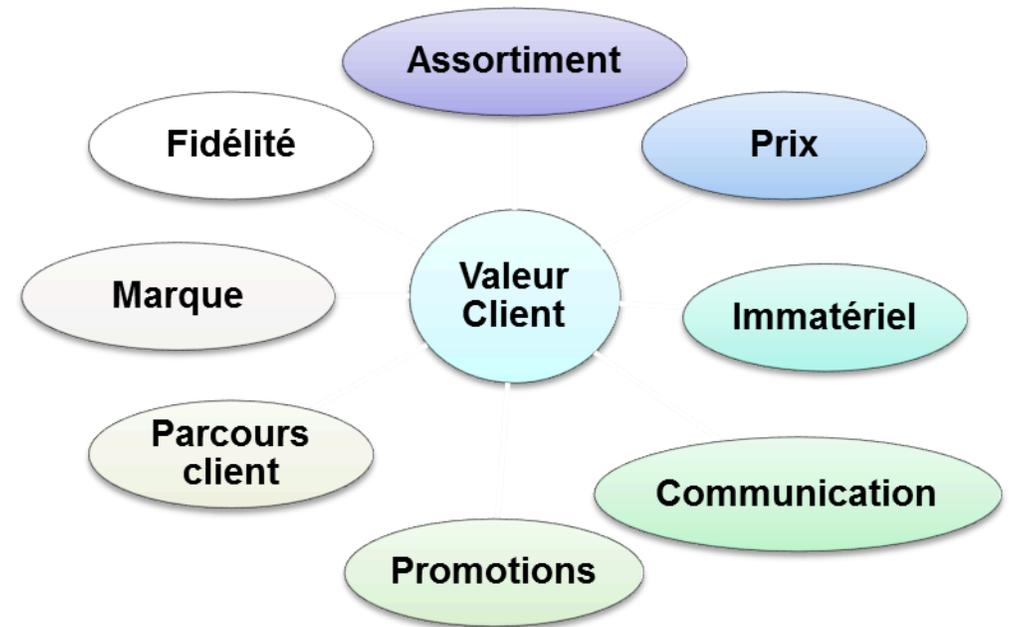


IBM SolutionsConnect 2013

L'avènement du commerce de précision

Offre de précision:

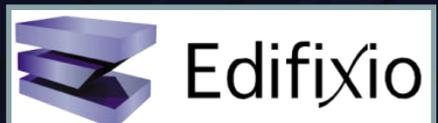
- Stratégie de segmentation / différenciation
- Concepts commerciaux de plus en plus clivants
- Impératif de proposer un concept lisible et ciblé
- Proximité client, tant au niveau de l'offre que du parcours client
- Elimination de toute diversité inutile, source de surcoût et de manque de lisibilité



Rentabilité pour l'entreprise: focalisation de l'entreprise sur les clients les plus rentables.



#solconnect13

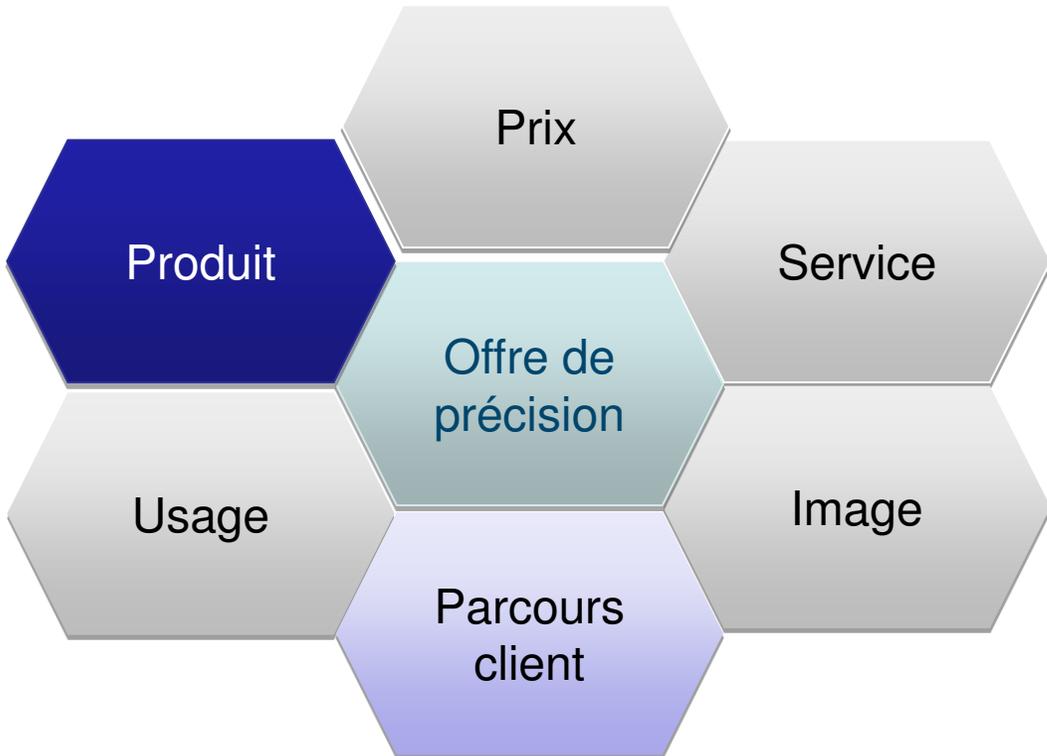


SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

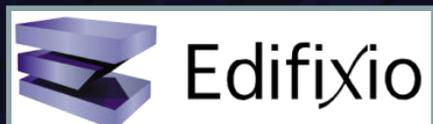
L'identification des effets utiles pour le client permet de concevoir cette offre de précision



- Réponse complète à son besoin
- Demande d'effets utiles plus que de produits ou de services isolés
- Focalisation sur la réalisation de ses objectifs et pas seulement achat d'un produit ou d'un service isolé
- Prise en compte de tout le cycle de vie du produit / service



#solconnect13



SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

CB

A quoi ressemblent les nouveaux circuits d'information nécessaires à la mise en place d'une nouvelle approche des ventes?

Vue traditionnelle	Nouvelle vision
Centré produit	Centré client
Offre poussée	Offre à la demande
Assortiment planifié	Assortiment sur mesure
Multi-canal	Omni-canal
Promotion du moment	Promotions personnalisés
Centré l'image de l'entreprise	Centré sur la chaîne de valeur apporté
Décision basé sur les événements passés	Décision optimisée



#solconnect13

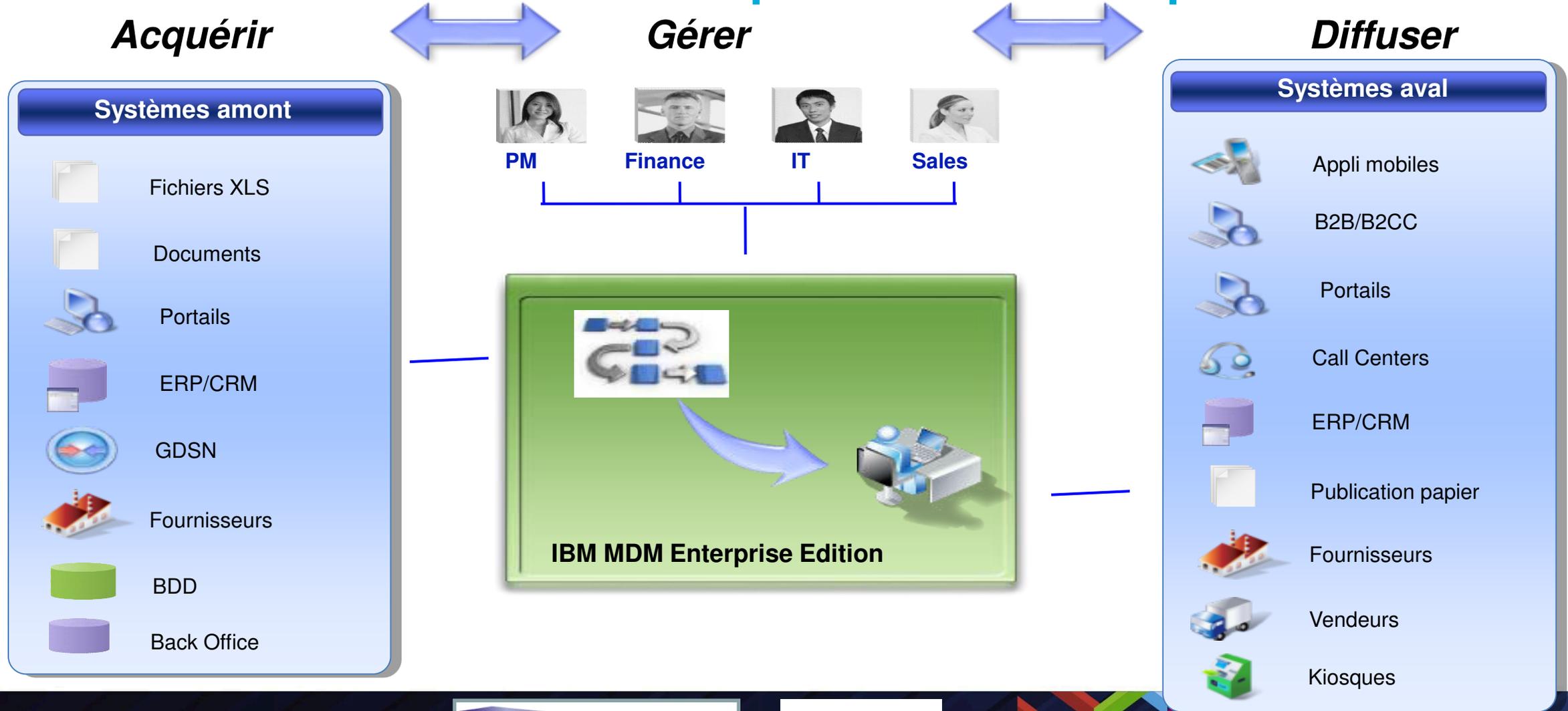


SolutionsConnect 2013

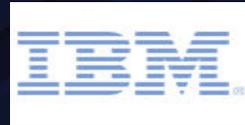


IBM SolutionsConnect 2013

IBM MDM : Fiabiliser l'information pour fluidifier les processus de vente



#solconnect13



SolutionsConnect 2013



Projet Raja

Contexte

- Leader européen de la vente à distance de produits d'emballage, le groupe Raja composé de 5 entités business est présent dans 12 pays en plus du marché français.
- Pour accompagner sa croissance, le groupe entreprend une refonte de son système d'information, le programme RAJA World.

Enjeux

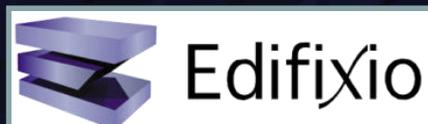
- Disposer d'un système maître pour les données produits (structurées et digitales) et être prêt pour la publication cross canal.
- Eliminer les saisies multiples, les risques d'incohérence et garantir des fiches produit avec des données complètes et fiables.
- Partager les données entre les filiales et avec les acteurs externes.
- Publier les informations vers les premiers canaux : catalogue, site web

Objectifs

- Création d'un référentiel produits / articles complet comprenant :
 - La gestion des caractéristiques techniques au niveau produit et article.
 - La prise en compte des données digitales pour la publication cross canal.
 - L'intégration des données spécifiques filiales.
- Intégration du référentiel dans l'architecture applicative existante.



#solconnect13



SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

Projet Raja - Périmètre du projet réalisé

- Mise en place du référentiel produits et articles qui intègre :
 - Les données structurées (PIM) et digitales (ECM).
 - Les hiérarchies : interne, marketing, web, filiale.
 - Les attributs communs et spécifiques (contextuel).
 - Les héritages de données / valeurs.
 - Les données spécifiques filiales et les données par langue.
 - Le cycle de vie des produits.
 - Les liens entre produits, de type cross-selling, up-selling, remplacement, substitution, les bundles de produits.
 - Le processus collaboratif où chaque rôle (Achat, Marketing, Logistique,...) participe à l'enrichissement de la fiche produit.
 - Les règles de gestion métier.
 - La gestion des habilitations.
 - Les recherches multi critères.
 - La traçabilité des modifications.
- L'intégration avec les applications existantes (flux / batch, web service / fil de l'eau)
- Le nettoyage, l'organisation et la migration des données.



#solconnect13

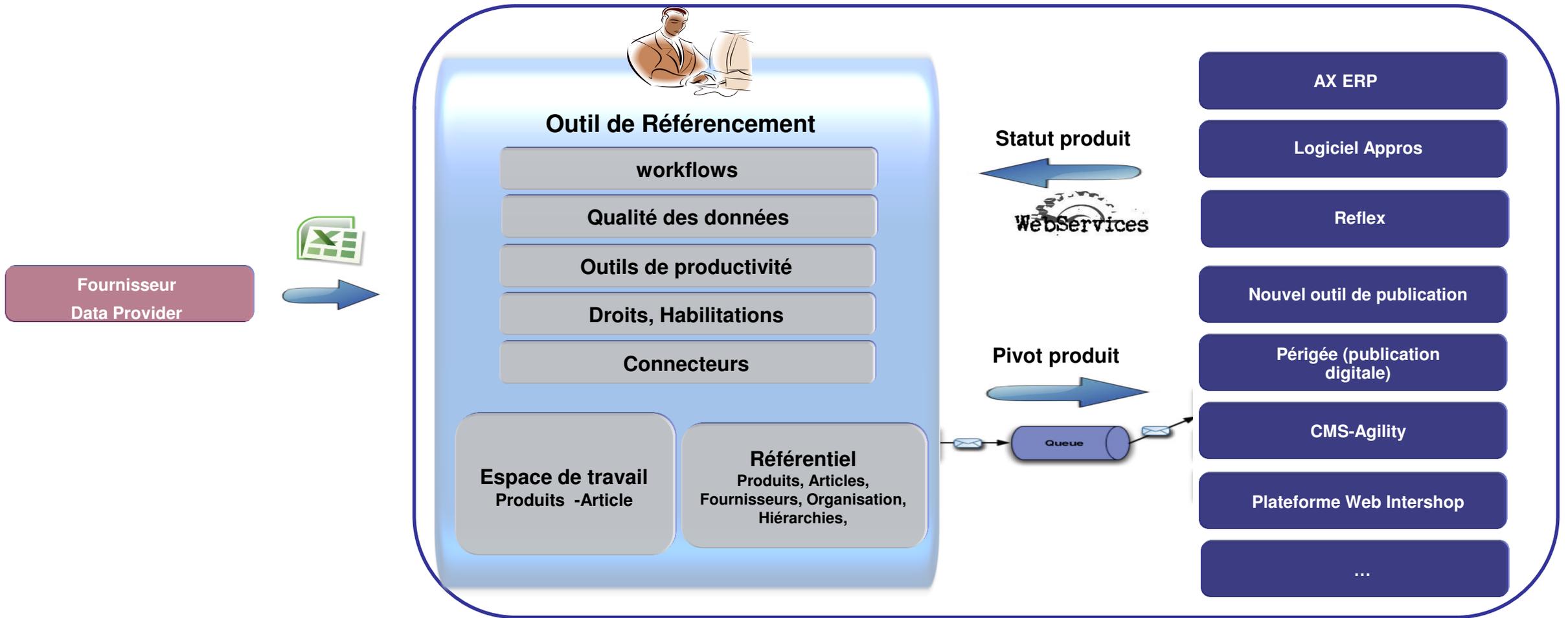


SolutionsConnect 2013

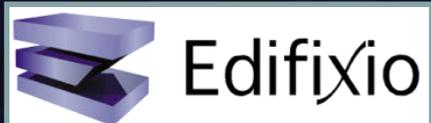


IBM SolutionsConnect 2013

Projet Raja - Architecture applicative



#solconnect13



IBM SolutionsConnect 2013

Projet Raja - Retour d'expérience – Gains constatés

- Amélioration de la qualité des données par :
 - Un travail important de nettoyage des données en amont de la migration.
 - La mise en place de règles gestion plus contraignantes.
 - Le couplage temps réel avec l'ERP et la mise à jour des statuts en temps réel.
- Gestion d'une fiche produit complète au travers d'un modèle produit/article riche:
 - données générales,, marketing, logistique, stock, achat, vente, comptable...
 - données digitales.
 - données déclinées dans les langues des filiales.
 - valeurs de données spécifiques par filiale.
 - caractéristiques techniques.
 - lien média, lien inter produit...
- Rationalisation des coûts de gestion par :
 - L'import Excel des fiches produits.
 - La gestion dynamique des caractéristiques techniques.
 - La mise en place de mécanismes d'héritage produit / article.
 - L'intégration au fil de l'eau avec les systèmes existants.
- Socle prêt pour la mise en place du lot 2 et la publication cross canal.



#solconnect13



IBM SolutionsConnect 2013

Projet Extension Digitale chez un acteur majeur de la grande distribution

Contexte

- ▶ Cet acteur de la distribution a engagé la refonte de ses 2 solutions actuelles de e-commerce pour les produits alimentaires.
- ▶ Ceci nécessite la mise en place d'une nouvelle brique applicative en amont des sites de e-commerce pour gérer les données techniques, les assets digitaux, les classifications et les données par bannières, les prix et les stocks par produit / site

Enjeux

- ▶ Fournir 100 % des données nécessaires aux sites de e-commerce.
- ▶ Réduire les erreurs de saisie et les coûts de gestion des données du site e-commerce.
- ▶ Disposer d'un socle commun de données digitales pour les autres gammes de produit et le cross canal.

Objectifs

- ▶ Création d'un référentiel « Extension digitale » lié au Référentiel actuel.
- ▶ Mise en place d'un processus collaboratif pour assurer la complétude et la qualité des données.
- ▶ Mise en place de la structure organisationnelle des e Magasins (drives, sites, ...)
- ▶ Mise en place du paramétrage et des filtres requis pour publier les informations nécessaires à chaque e Magasin (données produit, prix et stock).



#solconnect13



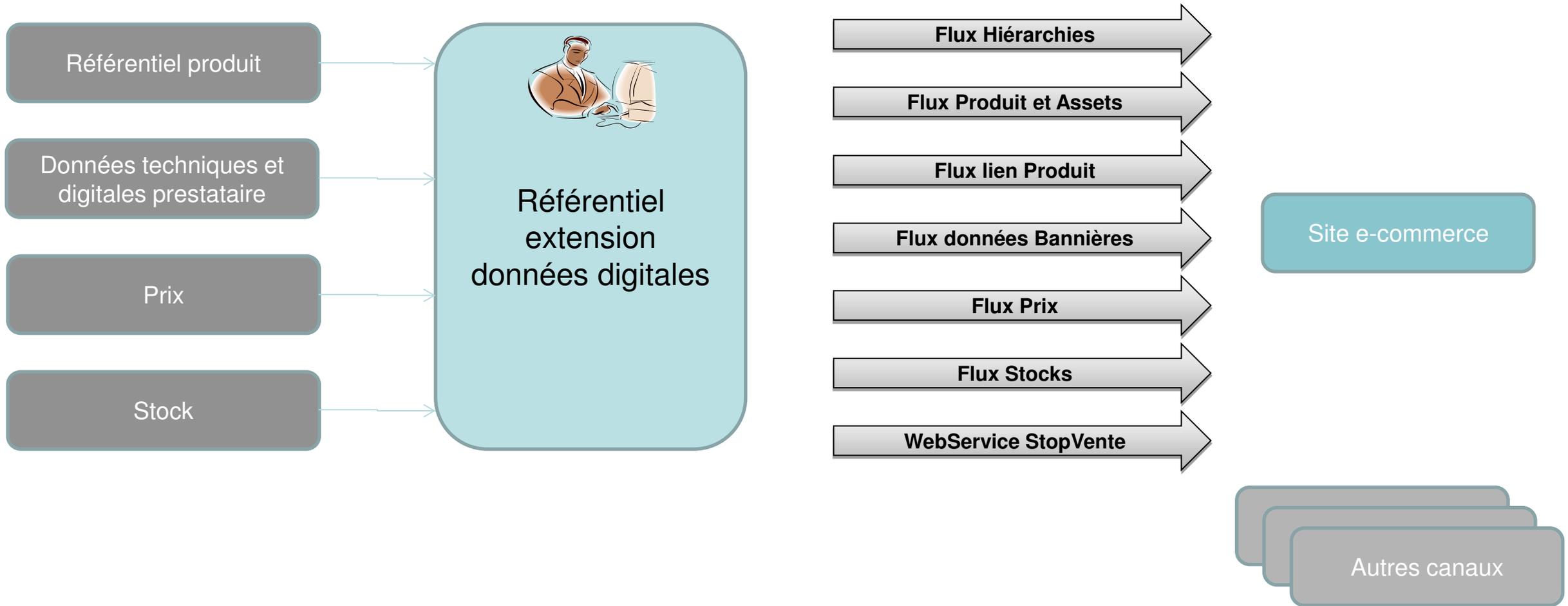
SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

Projet Extension Digitale chez un acteur majeur de la grande distribution

Architecture applicative



#solconnect13

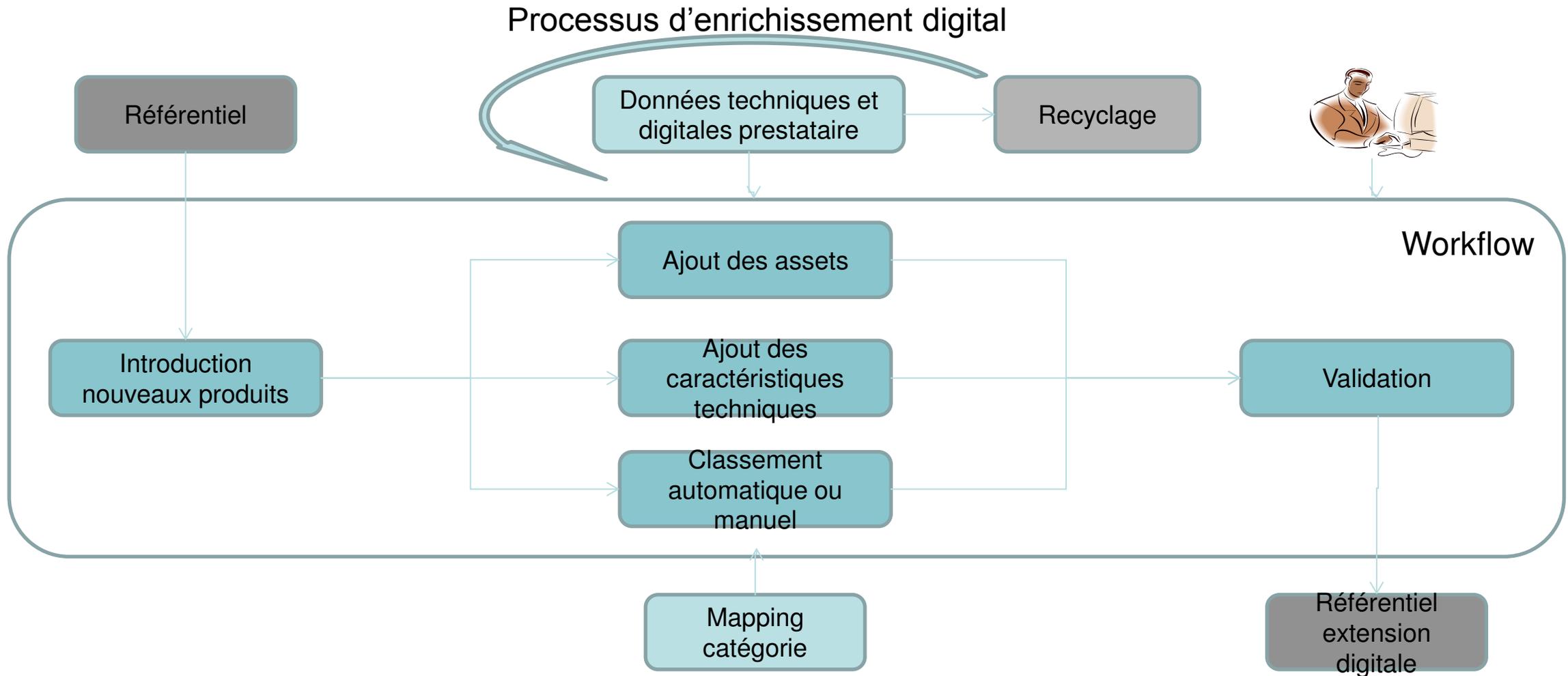


SolutionsConnect 2013

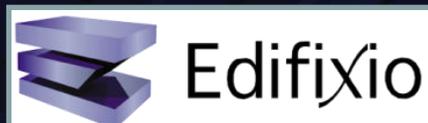


IBM SolutionsConnect 2013

Projet Extension Digitale chez un acteur majeur de la grande distribution



#solconnect13



SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

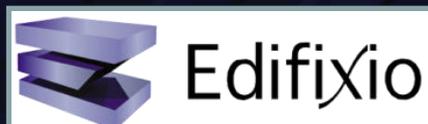
Projet Extension Digitale chez un acteur majeur de la grande distribution

Retour d'expérience – Gains constatés

- ▶ Amélioration de la qualité des données par :
 - ▶ La mise en place d'un processus collaboratif.
 - ▶ Le déploiement de règles de gestion métier et l'enrichissement des données digitales.
 - ▶ La détection des anomalies en amont de la publication sur le site e-commerce.
- ▶ Optimisation de la performance opérationnelle par :
 - ▶ L'accroissement de l'autonomie du Métier sur le processus de gestion des données.
 - ▶ La factorisation des actions (ex stop vente produit) au lieu d'une action par e Magasin.
- ▶ Rationalisation des coûts de gestion par :
 - ▶ L'automatisation de l'alimentation du site e-commerce.
 - ▶ La mise en place d'alertes et de notifications en cas de détection d'anomalie.
 - ▶ Socle pour la publication cross canal (multi produits).



#solconnect13

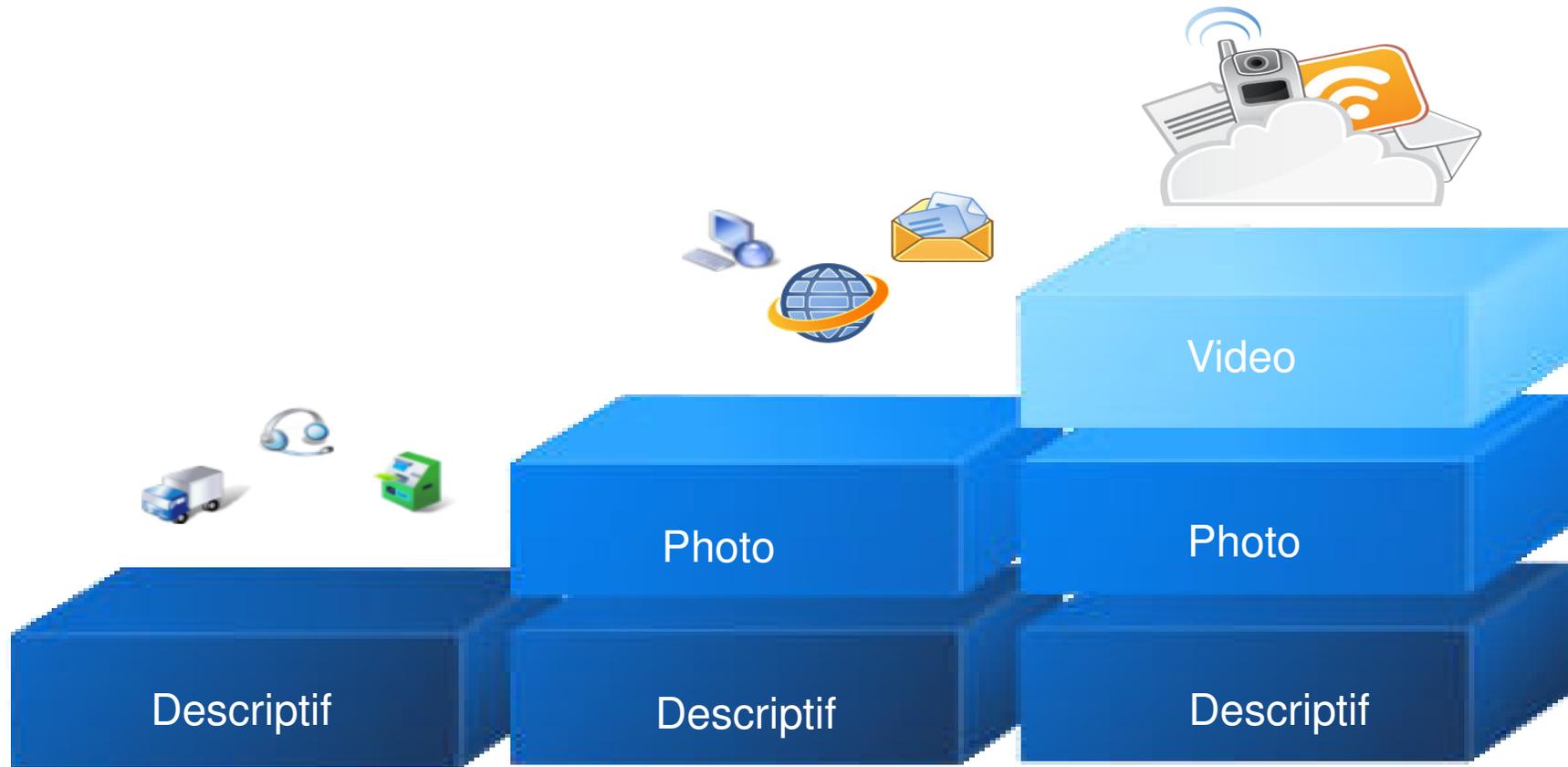


SolutionsConnect 2013

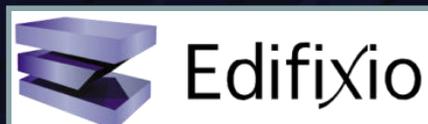


IBM SolutionsConnect 2013

L'augmentation des surfaces d'exposition aux canaux numériques oblige les fournisseurs à produire de plus en plus de contenu riche



#solconnect13

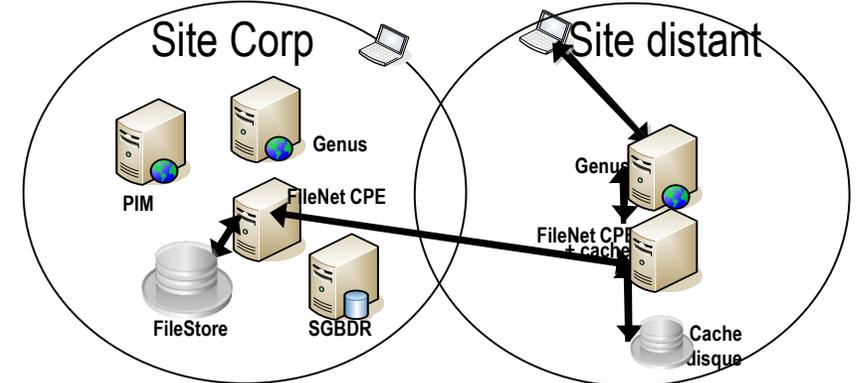
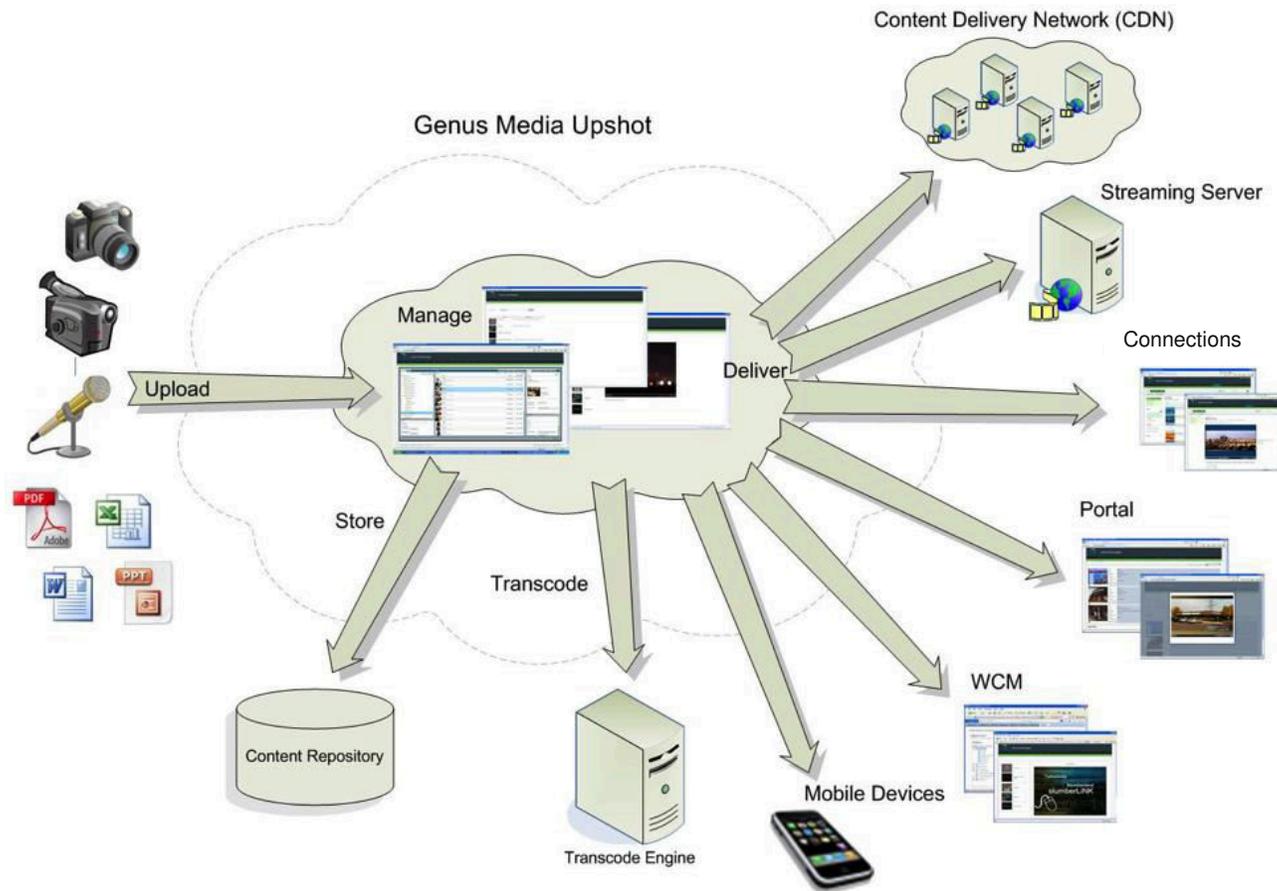


SolutionsConnect 2013

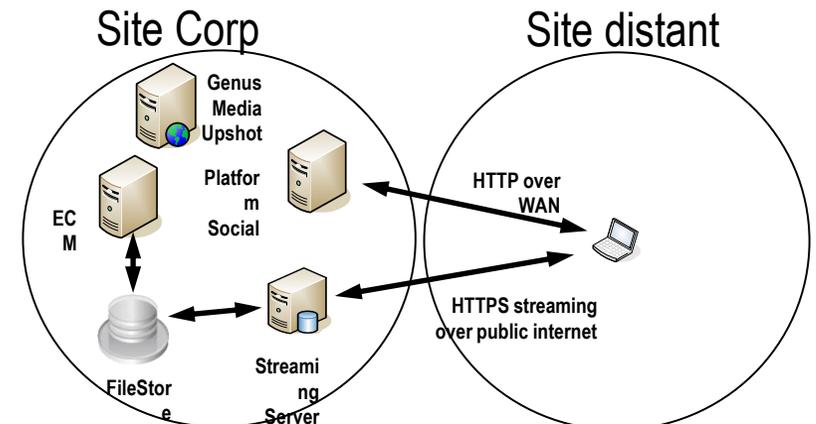


IBM SolutionsConnect 2013

Intégration d'un DAM pour les Assets non structurés



Fonctionnement avec Cache



Fonctionnement avec Streaming

© 2013 Genus Technologies LLC, All rights reserved. Proprietary and confidential property of Genus Technologies, LLC



#solconnect13



SolutionsConnect 2013

IBM SolutionsConnect 2013

JCB

Les intérêts de l'intégration IBM MDM CE et GENUS DAM



#solconnect13



SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

Les intérêts de l'intégration IBM MDM CE et GENUS DAM

Conversion de format video

Resizing & cropping

Asset Rights

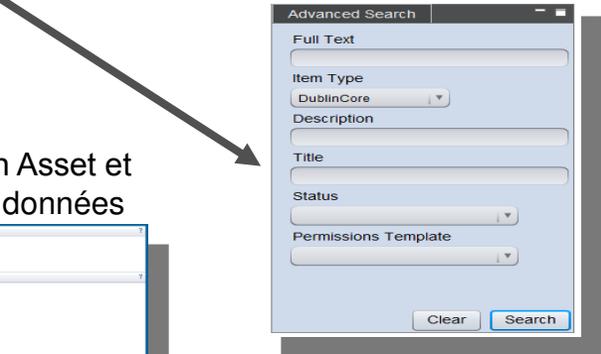
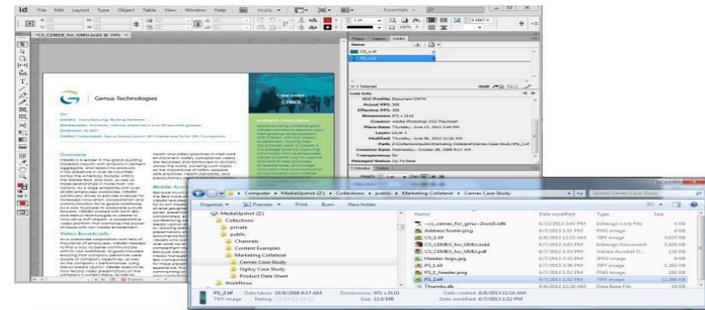
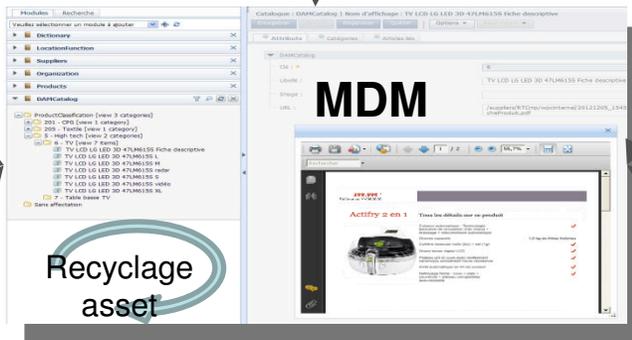
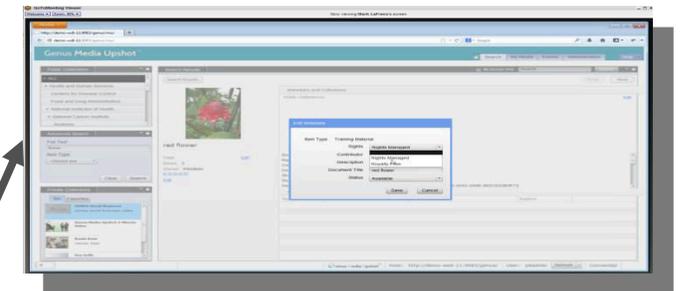
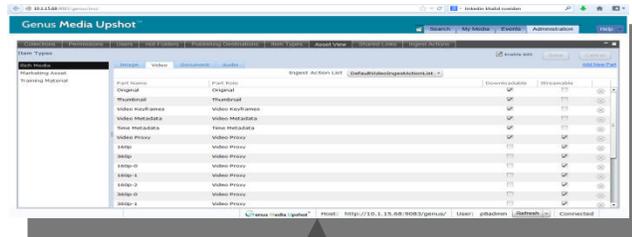
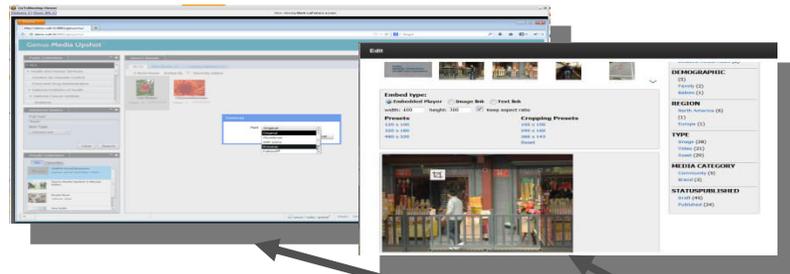
Search d'asset

Recyclage asset

Chargement d'un Asset et saisie des méta données

Import des assets dans DAM et lien dans MDM

Connecteur « Drive » entre le DAM et InDesign



#solconnect13



SolutionsConnect 2013



IBM SolutionsConnect 2013

Les intérêts de l'intégration IBM MDM CE et GENUS DAM

- ▶ Les bénéfices attendus sont :
 - ▶ Fluidité du processus de référencement.
 - ▶ Qualité et complétude des informations produit et des assets associés.
 - ▶ Vision unique des données produit et asset.
 - ▶ Partage des informations produit en vision 360° par tous les acteurs internes et externes.
- ▶ Ces bénéfices contribuent à :
 - ▶ Optimiser le « Time to Market ».
 - ▶ Réduire les coûts de gestion du référentiel produit et des assets.
 - ▶ Satisfaire les consommateurs par la mise à disposition cross-canal d'informations produit complètes et de qualité.
 - ▶ Accroître la fréquentation des sites e-comme et autres supports cross-canal en contribuant à enrichir l'expérience client et le commerce de précision



#solconnect13



SolutionsConnect 2013

