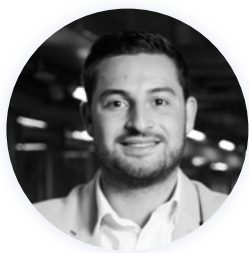




Electro Dépôt se développe en ligne et à l'international grâce à une gestion optimisée de son offre produits



“100% de complétude des informations produit grâce à Akeneo PIM.”

– Kevin Foucaut, Chef de projet / Pôle SI Digital chez Electro Dépôt



Problématiques

- Gestion des données produits sur Excel, doubles voire triples saisies par des équipes différentes
- Un time to market long limitant la réactivité pour les offres promotionnelles
- Incohérence des données produits entre les canaux et même entre les équipes



Bénéfices

- Centralisation des données produits au sein d'un seul outil réduisant le risque d'erreurs et favorisant un gain de temps
- Un time to market accéléré sur les offres promotionnelles
- Uniformisation de la donnée produit et contextualisation en fonction des canaux

eCommerce et international, 2 enjeux de croissance



Electro Dépôt fait partie du groupe HTM (Boulangier, Boulangier location...) et a été créé en août 2003. Le concept : “ simplifier la vente de produits électroménagers, image et son, grâce au cash & carry” et pratiquer une politique de prix bas via des magasins-Dépôts épurés. Dans ces magasins, un **produit répond à un besoin**. Son site e-commerce a été lancé en 2011 et ses magasins hors France ont ouvert en 2015. Aujourd’hui, l’enseigne compte 82 magasins en France et 12 à l’étranger (Belgique et Espagne), commercialisant 8 marques de distributeurs (MDD).

La vente en ligne et l’internationalisation ont complexifié la gestion de la donnée produit, celle-ci devant répondre aux exigences de localisation et aux codes du e-commerce. Des équipes pluridisciplinaires et internationales interagissent désormais sur ces informations produits alors qu’auparavant, un gestionnaire commercial travaillait les données sur Excel, pour les importer manuellement dans la plateforme e-commerce Magento et mettre à jour la fiche magasin dans SAP entraînant des saisies multiples, chronophages et des erreurs.

De plus, la sobriété des magasins et le choix de limiter le nombre de vendeurs obligent l’enseigne à fournir des informations produits complètes en magasins, ce que l’enseigne avait du mal à maintenir. L’expansion de l’offre avec l’ajout de 8 marques MDD a aussi renforcé la nécessité de mieux maîtriser le processus de gestion des données produits.

“
Nous avons choisi Akeneo PIM pour rationaliser la gestion de la donnée produit, nous apporter plus de cohérence et soutenir nos ambitions en termes de SEO”


Rationalisation de la gestion de la donnée produit

Electro Dépôt a décidé en 2015 de mettre en place un processus de gestion plus cohérent pour les données produits et d’uniformiser leur traitement. Ce projet a nécessité l’implication d’équipes pluridisciplinaires (produit, commercial, marketing, merchandising) pour définir un enchaînement logique autour de gestion de la donnée produit.


Désormais, les chefs de produit référencent le produit, les gestionnaires commerciaux le mettent ensuite en ligne, et les équipes merchandising peuvent alors capitaliser sur les dimensions du produit pour faire leur plan de magasin. En dernier lieu, les filiales se concentrent sur leur traduction.

D’un point de vue du système d’information, les flux entre les applications ont dû être pensés autour de cette séquence d’actions. La référence est créée dans SAP et c’est celle-ci qui devient l’ID (identifiant) de référence pour le PIM. Ensuite, le PIM alimente la plateforme e-commerce Magento via le connecteur PIMGENTO et Hélios (outil de gestion de caisses et d’étiquettes en magasin).

 **Nombre d'utilisateurs : 50**

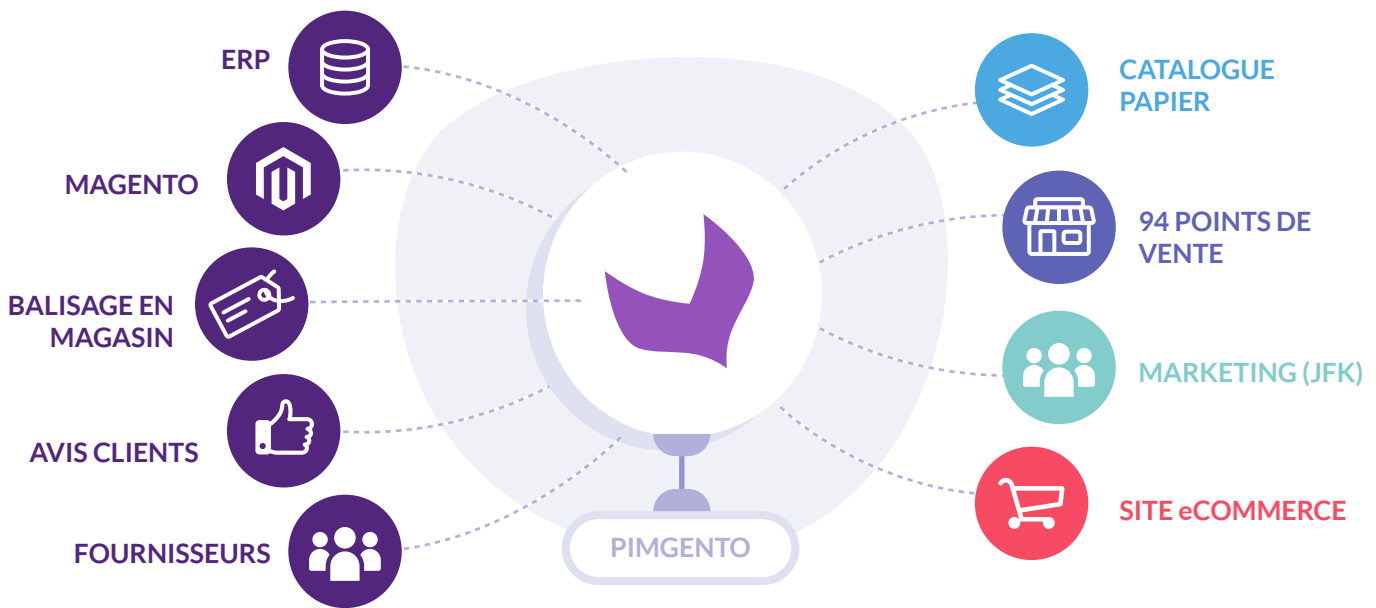
 **Nombre de produits :**
34 616 références conservées pour l’historique, 4 000 références web dont 2 500 actives (en fonction de la saisonnalité).

 **Sources de données :** Fournisseurs et équipes Internes

 **Canaux de distribution :** 82 Magasins, e-commerce et catalogue



Le projet en un coup d'œil



Gains de temps et de qualité au service du développement du merchandising

100% de complétude des informations produits grâce à une gestion consolidée des familles de produits

La réflexion menée en amont a obligé Electro Dépôt à repenser la structure des données produits pour gagner en cohérence et en efficacité. En 2015, le catalogue reposait sur 400 familles de produits, qui ont pu être consolidées en 219 familles pour faciliter les mises à jour et corrections en masse puisque chaque famille a une structure similaire. Grâce à cette consolidation, 100% des produits sont désormais complets. La complétude est une sécurité pour la quantité et la qualité des données sur les différents canaux. La mise en place d'alerte native akéno en cas d'anomalie est une vraie garantie.

Des délais de mise en rayon et des lancements de promotion raccourcis

Les équipes sont désormais en mesure de mettre les produits en ligne et en rayon plus rapidement car leurs tâches sont logiques et s'enchaînent. Cela permet de raccourcir le time-to-market ainsi que le délai de mise en place des promotions. Les tâches sont planifiées à heure fixe ce qui sécurise les actions (import/exports des données vers les différentes sources de diffusions).

Les extractions permettent de faire plus facilement des reportings pour nos fournisseurs, mais également de réaliser des actions commerciales plus facilement.

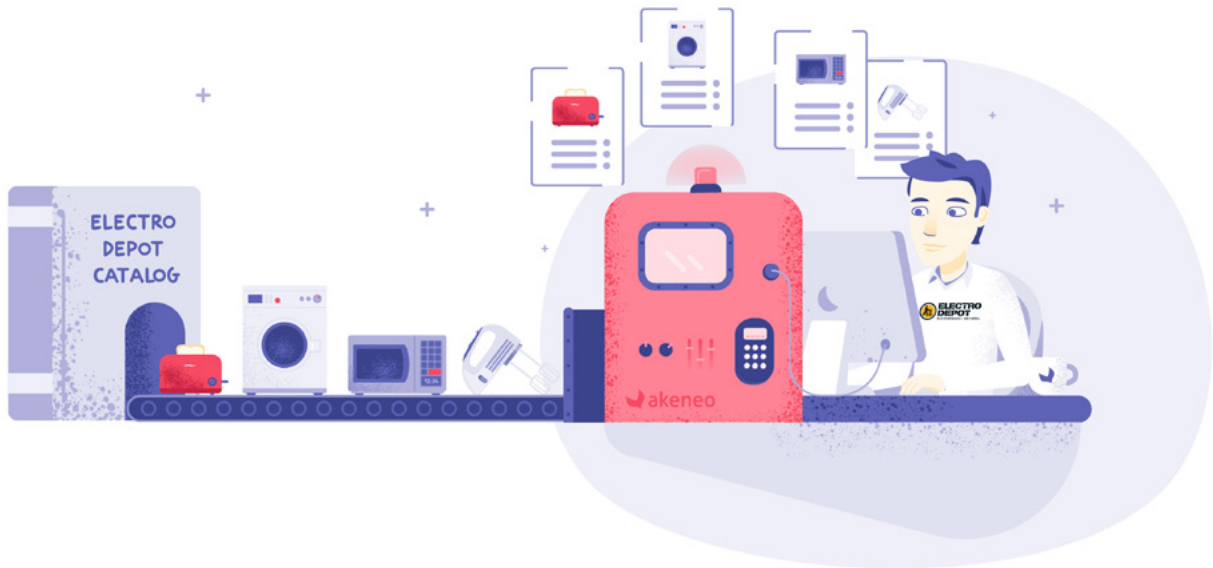
Un développement international facilité grâce à la gestion d'assortiments locaux

L'intégration du PIM a été concomitante avec l'ouverture de nouveaux marchés. Chaque pays a la possibilité d'assortir ses produits selon ses propres préférences afin de mieux tenir compte des spécificités locales. La correction d'erreurs en masse, permet aussi de faire redescendre les modifications sur tous les marchés de manière automatisée.

Un merchandising en magasin optimisé grâce à un étiquetage de qualité

Les vendeurs étant peu nombreux pour apporter du conseil, le client doit pouvoir s'appuyer sur des étiquettes magasins complètes, pertinentes et percutantes pour prendre sa décision d'achat. Ces étiquettes sont remplies sur la base d'un dictionnaire sémantique qui regroupe et synthétise les données afin de les intégrer dans un format contraignant (A3, maximum 180 caractères). Ce balisage en magasin optimisé a permis de libérer du temps aux vendeurs.

“Chaque pays a la possibilité d’assortir ses produits selon ses propres préférences afin de mieux tenir compte des spécificités locales.”



À propos d’Akeneo

Akeneo est un leader mondial de solutions de Gestion de l’Expérience Produit (PXM) et de Gestion de l’Information Produit (PIM) qui permettent aux marques et retailers d’offrir une expérience client pertinente sur tous les canaux de vente : eCommerce, mobile, print, points de vente. Les solutions PIM open source d’Akeneo, améliorent considérablement la qualité et l’exactitude des données produits, tout en simplifiant et en accélérant la gestion de catalogue.

Retrouvez-nous sur :

www.akeneo.com



Pour plus d’information, retrouvez-nous sur www.akeneo.com.

© Akeneo 2020. Tous Droits Réservés.