



**franprix** 

## Le PIM au service de l'expansion eCommerce



“Grâce au PIM nous avons désormais une vraie liberté sur le pilotage de l'assortiment et sur la pertinence des informations produits.”

- **Juliette Harousseau**, Chef de projet Application et Marketplace, franprix
- **Micheline Luong**, eCommerce Manager, franprix



### Problématiques

- Gérer l'assortiment par canal et par magasin
- Avoir une information produit complète et à jour
- Améliorer le Time to Market



### Bénéfices

- x4 en terme du nombre de produits gérés
- Augmentation de la quantité et de la qualité de l'information produit
- x2 en terme de croissance des ventes via l'application

## Une Stratégie de développement eCommerce



Franprix est un réseau de magasins d'ultra-proximité appartenant au groupe Casino depuis 2007. Outre les grandes marques nationales, l'enseigne commercialise plus de 1 200 références sous sa marque propre franprix. En 2017, l'enseigne a reçu lors de la Nuit du Commerce Connecté, le trophée Or dans la catégorie « Retailer le mieux connecté ».

Avec de forts enjeux de croissance eCommerce, franprix a commencé à se développer via des marketplaces telles que Cdiscount (4 500 références produits à fournir) mais aussi avec des acteurs de livraison à domicile tels que Just Eat, Glovo ou Deliveroo. Cette stratégie de vente les a contraints à repenser la gestion de leur assortiment.

L'enseigne a ensuite décidé de mettre en place sa propre application. La problématique de gestion de la quantité et de qualité (tant en termes de contenu que d'image) des informations produits (ingrédients, allergènes, visuels, livraison, packaging, variations de produits ...) est alors très rapidement apparue. Il fallait également améliorer la pertinence des catégorisations produit pour les clients.

Le développement de l'application a été le déclencheur d'une part car la gestion de la donnée produit devenait difficilement possible sous Excel et était extrêmement chronophage. Et d'autre part car les flux de gestion de l'assortiment devenaient beaucoup plus complexes et riches avec le besoin d'une cadence de mise à jour irréalisable avec les outils qui étaient en place.

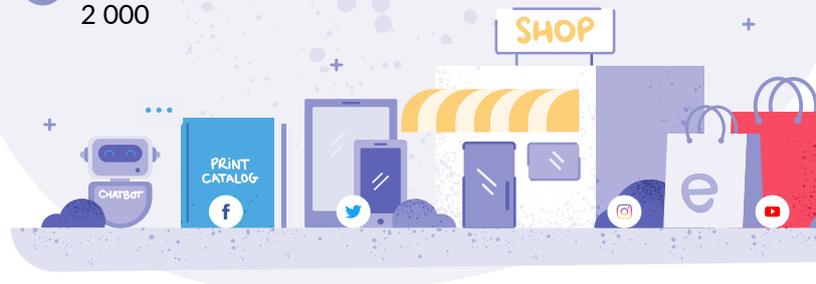
“ *Le PIM d'Akeneo est si bien conçu que vous pouvez modéliser toutes les données dont vous avez besoin, quel que soit le secteur.* ”

### Pour une meilleure gestion de l'assortiment en temps réel

« Le choix de la solution était déterminant pour soutenir nos ambitions eCommerce » précise Juliette Harousseau. « En parallèle nous devons aussi rassurer les équipes métiers qui n'avaient pas de connaissance technique et qui avaient de réels objectifs business. »

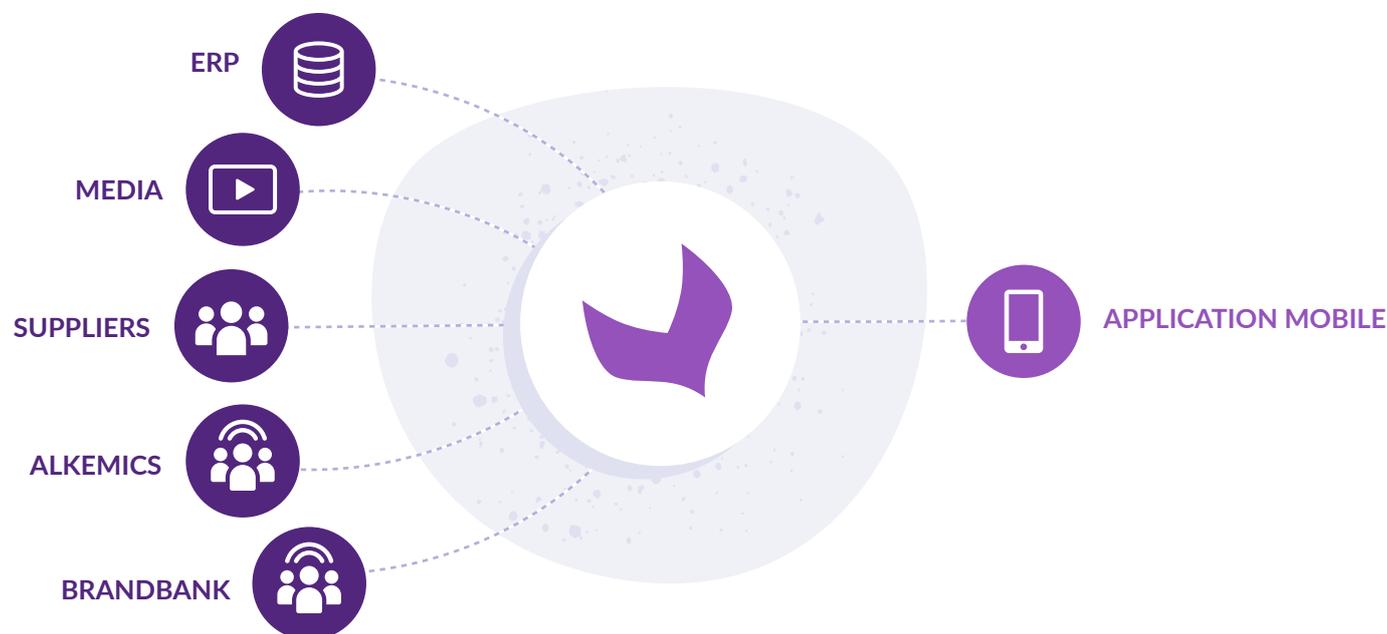
L'équipe franprix a commencé par rassembler les données et se pencher sur leur modélisation (où trouver les informations produits, comment les enrichir, via quels flux) pour enfin pouvoir s'attaquer à leur assortiment. D'autant que dans le secteur agroalimentaire, plusieurs défis s'imposent :

- une information produit fiable et constamment conforme à la législation
- une gestion des données produits en temps réel pour répondre aux enjeux de saisonnalité
- la gestion des variations produits
- La fréquence de mise à jour de l'assortiment



C'est dans cette phase de réflexion de structuration de la donnée, à la vue de la complexité du référentiel produit franprix et de leurs ambitions, que le besoin d'automatisation est apparu comme inévitable. Ils ont donc décidé de s'orienter vers un PIM et surtout vers une solution qui répondait à leur cahier des charges.

## L'architecture du projet



## Le PIM, au cœur de la donnée produit pour tous

Grâce à la maturité et la mobilisation de l'équipe interne, qui s'est beaucoup investie dans la conduite du changement, la mise en place d'Ekeneo PIM est un vrai succès chez franprix.

### Gain de productivité

Tout d'abord en gain de productivité des équipes, auparavant la gestion des données produit était réalisé manuellement sur Excel (6 fichiers différents tous liés entre eux sans SKU unique entre les fichiers) et était très chronophage (2,5 jours / semaine) car il n'existait pas de clé unique. Aujourd'hui ils ont complètement la main sur les données et bénéficient d'un vrai gain sur la pertinence de l'offre proposée.

### Maîtrise de l'assortiment

Avant le PIM, il n'y avait aucune maîtrise de l'assortiment qui était mis en ligne sur le eCommerce, en magasin des mouvements d'assortiment ont lieu tous les mois. Nous ne pouvions pas avoir une telle cadence de mise à jour sur l'application sans le PIM (la fréquence de mise à jour était d'une fois tous les 3 mois minimum).

### Accélération du Time to Market

Le Time to Market a été fortement amélioré. franprix gère désormais 20 000 produits dans le PIM d'Ekeneo avec une mise à jour quotidienne, contre 4 000 produits auparavant avec une mise à jour seulement réalisée une fois par mois. Le PIM leur a aussi permis de traiter la question de la multi-implantation de leurs produits dans l'application, ce qui n'était pas possible auparavant.

### Amélioration de la qualité des données

Il faut enfin noter l'amélioration de la qualité de la donnée tant en terme de complétude, le nombre d'attributs obligatoires étant passé de 6 à 15, qu'en terme de réactivité. En effet, les données fournisseurs sont récupérées via un connecteur et publiées automatiquement dans l'application.

L'application génère désormais plusieurs milliers de commandes par semaine et connaît une croissance à 2 chiffres. En plus de l'application franprix, leur chatbot se nourrit aussi des informations produits présentes dans le PIM tout comme Fly Menu, partenaire franprix, qui permet de faire la correspondance entre les ingrédients et les produits achetés sur des sites de recettes (750g ou Le Journal des femmes).

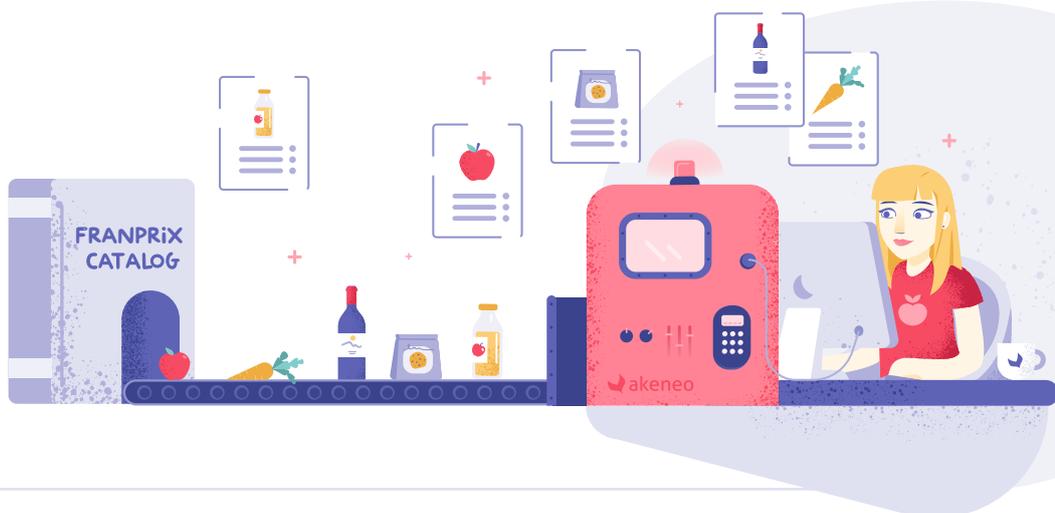
## L'extension du PIM à d'autres utilisations

« Notre souhait est maintenant d'étendre l'utilisation du PIM à d'autres équipes afin que l'information produit de qualité puissent servir à d'autres services pour d'autres utilisations » nous informe Micheline Luong.

L'utilisation du PIM va permettre aux équipes franprix de revoir leur merchandising, d'améliorer leur moteur de recherche, d'optimiser la préparation des commandes, mais aussi de les aider dans leur promotion sur les sites de recette en ligne et servir au service communication.

Bientôt, l'enseigne va mener une réflexion sur les droits d'utilisateurs car leur PIM va être ouvert à de nouveaux utilisateurs externes via des flux automatisés, tel qu'un partenaire pour un enrichissement produit sur le nutriscore.

“ Avant /Après le PIM,  
la valeur ajoutée est  
indiscutable. ”



Retrouvez-nous sur

[www.akeneo.com](http://www.akeneo.com)



✉ [hello@akeneo.com](mailto:hello@akeneo.com)

## À propos d'Akeneo

Akeneo est un leader mondial des solutions de gestion de l'information produit (PIM) qui permettent aux distributeurs et marques d'offrir une expérience client cohérente et enrichie à travers tous les canaux de vente : des sites e-commerce, aux applications mobiles, en passant par les catalogues papiers et points de vente. Les solutions open-source PIM d'Akeneo améliorent considérablement la qualité et la précision des données tout en simplifiant et en accélérant la gestion des catalogues de produits.



Pour plus d'information, retrouvez-nous sur [www.akeneo.com](http://www.akeneo.com).