

GSM55



GSM55 est l'un des leaders français dans la vente d'accessoires pour mobiles et tablettes tactiles sur Internet. Créé en 2008, le site propose à ses utilisateurs un large choix de produits sélectionnés avec soin. Chaque semaine de nouvelles références s'ajoutent aux 200.000 articles en stock, issus d'une multitude de marques différentes.

www.gsm55.com



Raphaël Seroussi
PDG chez GSM55



Taux de transformation
multiplié par 4



Meilleure qualité des
données produits



+50% de productivité

« Depuis l'installation du PIM, notre taux de transformation a été multiplié par 4. »

Synthèse du projet

Problématiques :

- Regrouper toutes les informations au même endroit
- Éviter de répéter la saisie pour chaque plateforme de vente



Nombre d'utilisateurs: 15 personnes



Nombre de références : 7500



Sources de données : Humaines, fournisseurs



Canaux de diffusions : Site internet & Market-places



Durée du projet : 3 mois

Contexte

Dès la création de son site, GSM55 et son créateur, Raphaël Seroussi, placent l'expérience utilisateur comme priorité et élément différenciateur face aux nombreux acteurs déjà en place sur Internet. Une stratégie gagnante qui s'appuie sur une équipe de 15 personnes dédiées à l'enrichissement des fiches produits. Si les résultats s'avèrent rapidement excellents en termes de référencement et de taux de retour, la stratégie occasionne également nombre d'erreurs sur les données et un time-to-market relativement faible comparé à la concurrence.

C'est lors de la refonte de son site e-commerce, que GSM55 entend parler du principe de PIM.

Jusque là, GSM55 ne disposait d'aucun outil permettant de centraliser l'ajout et la mise à jour des informations, nécessitant ainsi d'être saisies de nombreuses fois pour chaque plateforme de vente.

Après avoir testé différentes solutions comme des tableaux

en SAAS, GSM55 a décidé, sur les conseils de son agence, d'opter pour **la mise en place d'un PIM**.

Le recours à un PIM vise alors deux objectifs majeurs :

- **Accélérer le processus** d'enrichissement, en évitant aux équipes de devoir répéter la saisie des informations, grâce à une solution capable de se connecter aux outils déjà utilisés par l'entreprise ; éviter la démultiplication des saisies, pour ainsi réduire le risque de fausses manipulations et d'erreurs.

- Disposer d'**un outil collaboratif** permettant à tous les acteurs et services concernés (qualification, design, photo) d'enrichir le catalogue de la marque.

GSM55 cherche une solution **flexible**, permettant un **paramétrage poussé**... Un cahier des charges auquel Akeneo semble parfaitement répondre !



Avec Akeneo, les erreurs sont évitées, l'extraction des données est très facile et nos équipes mettent 30 à 40% de temps en moins sur l'enrichissement des fiches produits .

Solution

Il aura fallu à peine 3 mois pour mener à bien le projet de mise en place du PIM, et tout juste 2 semaines pour que les équipes soient opérationnelles. La solution a été intégrée et prise en main avec une grande simplicité grâce à une interface ergonomique et facile d'utilisation.

Le PIM est connecté à l'ERP et à Magento. Le service de mise en ligne des produits enrichit le catalogue en

une seule manipulation simple, sur une unique interface online, qui est immédiatement répercutée sur ses canaux de diffusion (site de vente, marketplaces...). Les autres services concernés ont alors accès à ces informations et peuvent également en ajouter et les utiliser selon leurs besoins.

L'adoption du PIM Akeneo a été immédiate pour l'équipe. Les 15 personnes en charge de l'enrichissement ont clairement gagné en sérénité et en cela se ressent aussi sur la productivité..

Résultats

La mise en place du PIM Akeneo a permis à GSM55 de gagner **1 à 2 heures** par fiche produit, en ne renseignant chaque information qu'une seule fois.

Freinées auparavant par des erreurs de copié/collé ou par une extraction devenue complexe, les 15 personnes dédiées à la mise en ligne chez GSM55 ont gagné un temps considérable en enrichissement des données.

Ce **gain de productivité** et la **réduction du Time to Market** permettent à la marque d'envisager maintenant d'ouvrir de **nouveaux pays (l'Italie) et même de préparer l'ouverture d'un tout premier store physique !**

Deux perspectives rendues possibles notamment grâce à la traduction simplifiée des fiches produits, ainsi que sur le temps gagné sur la partie enrichissement.

Le projet en un coup d'œil

