

Derrière la disponibilité du stock, une science

Vos opérations omni-canales
sont-elles réellement rentables ?

Des algorithmes
performants et flexibles
pour le traitement des
commandes

Des livraisons
organisées à partir
du site le plus rentable



Des programmes de sourcing
intelligents calculant les meilleurs
scénarii de livraison

It's not rocket science
shopping



Au premier abord, de nombreuses enseignes semblent être passées à des opérations omni-canales intégrées. Mais en y regardant de plus près, on s'aperçoit que la plupart ont simplement conservé une vision des stocks en silo, soit, au mieux, un simple palliatif. Les analystes reconnaissent que cette approche ne suffit pas pour l'emporter sur la concurrence sur les marchés actuels et l'objectif vital pour les enseignes ambitieuses est rien moins qu'une visibilité globale du stock.¹

Et il existe une bonne raison à cela. Le secret de la réussite des marques du 21^{ème} siècle tient dans leur orientation client. Et dans la nouvelle arène du retail, le client en veut toujours plus. S'il veut qu'un produit soit envoyé à son domicile ou à son bureau, il n'acceptera certainement pas d'être livré trois jours plus tard. Si un Click & Collect avec retrait sous deux heures dans une boutique proche est une alternative possible, il devrait être possible d'utiliser ce stock pour une livraison locale dans les deux heures.

Tout produit en stock, où qu'il se trouve dans votre réseau de distribution, doit désormais être disponible pour une livraison par n'importe quel canal. Ceci ne demande pas seulement une vue unifiée des stocks, mais un contrôle total. Si vous ne parvenez pas à ce niveau de service cross-canal, vous risquez de perdre des clients au profit de marques qui y parviendront brillamment.

La dure vérité est que la plupart des enseignes ont encore un long chemin à parcourir. Mais si elles peuvent atteindre la fluidité opérationnelle inhérente à l'e-commerce et la marier avec la puissance et la souplesse qu'offre un réseau de magasins, elles se retrouveront en pole position pour gagner des parts de marchés sur leurs concurrents.

La question est : quelle est la meilleure façon d'avancer ?

Ne jouez pas avec votre entreprise

Manhattan Associates peut vous aider à élaborer une nouvelle réponse face à des systèmes de gestion des stocks disparates. Nos solutions omnicanales sont conçues précisément pour faire face à la révolution du retail ; elles apportent de la flexibilité dans une gestion des commandes de plus en plus complexes et met votre réseau de boutiques et vos vendeurs au service de vos objectifs cross-canaux.

Retours cross-canaux. Modifications de commandes en temps réel. Expédition directe fournisseurs ou depuis un autre magasin. Approvisionnement plus rapide. Livraison dans les délais. Disponibilité immédiate des retours à la vente. Regroupement des flux en transit pour une livraison unique. Connaissance de l'historique d'achat et préférences du client quelque soit son canal d'achat du moment.

Ce ne sont là que quelques uns des défis que nous relevons chaque jour pour les enseignes les plus dynamiques au monde, à l'aide d'algorithmes complexes conçus d'après leurs objectifs commerciaux et leurs modèles de service client.

Notre moteur évolué à base de règles peut être programmé pour prendre systématiquement la bonne décision pour la préparation des commandes à partir d'une connaissance de l'état global des stocks en temps réel. Les entreprises jouissent d'une visibilité parfaite sur chaque élément de chaque commande et peuvent gérer les modifications, les retours et les échanges de la manière la plus efficace pour leur entreprise. Les articles peuvent être retournés en magasin, même lorsque la commande a été passée en ligne, et sont immédiatement réintégrés dans le stock afin d'être revendus le plus vite possible si c'est la décision qui convient.

Le résultat ? L'entreprise peut exécuter un plus grand nombre de commandes, avec une souplesse incroyable et avec les meilleures marges possibles.

$$x = \frac{-b \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{2a}$$

$$x > \frac{y}{5} = \sqrt{\frac{672}{11}} \times \frac{13}{7}$$

¹ Forrester Research, novembre 2013

La science du shopping en action

Savoir quel est réellement l'état des stocks offre trois avantages majeurs aux enseignes.



1. Tenez toutes vos promesses et faites-en une affaire personnelle

Il n'est plus suffisant aujourd'hui de pouvoir montrer à un client quel est l'état des stocks sur chaque canal de distribution. Les clients ne veulent pas savoir où se situe votre stock, ils veulent simplement que vous teniez vos promesses. Les articles qu'ils ont choisis doivent être disponibles, prélevés, emballés et livrés au jour dit, au lieu dit.

Une solution omni-canal intelligente place le client au centre de l'entreprise et consolide les informations de commande et les transactions en un seul et même endroit. Des centaines de calculs complexes peuvent alors être effectués en un instant, en temps réel, à partir de l'emplacement du stock, des disponibilités et des contraintes de livraison, quels que soient la manière, le lieu ou le moment où la commande a été passée.

Un contrôle simple sur un seul stock cross-canal

2. Améliorez votre résultat d'exploitation

Vos niveaux de stock affectent directement votre bilan. Pour bien faire, il vous faut réduire vos stocks et créer un stock unique disponible pour vos ventes en ligne, en magasin ou par Click & Collect. Ce qui signifie aussi moins de manutention et une baisse du coût moyen des commandes.

Un stock unique permettra également de livrer à partir du lieu le plus rentable. Une commande en ligne peut être satisfaite à partir d'un magasin de proximité plutôt qu'à partir d'un centre de distribution en ligne dédié situé à des centaines de kilomètres, avec une rapidité supérieure et en préservant vos marges sur chaque vente.

Une solution omni-canal intelligente cachera toute la complexité du processus aux yeux du client. Mais quand vos clients sauront qu'ils peuvent avoir confiance en votre parole (via votre site web, vendeurs en boutique ou call center), vous constaterez une augmentation sensible de vos résultats. La valeur moyenne du panier augmentera, comme la fidélité de vos clients.

Les entreprises qui utilisent une solution omni-canal de Manhattan Associates ont constaté des améliorations impressionnantes. Une grande surface sportive a ainsi vu ses marges brutes augmenter de 2 % rien qu'en rendant son stock accessible à l'ensemble de son réseau.

Des centaines de calculs complexes effectués en un instant

3. Jouez au niveau des meilleurs

Les opérations omni-canales exercent une pression incroyable sur les équipes de la DSI et de la Supply Chain. Passer d'une vue intégrée des stocks à une approche intégrée de la préparation des commandes peut s'avérer plus que complexe. Les chaînes logistiques se fragmentent elles aussi de plus en plus. Vos systèmes existants peuvent-ils réellement prendre en charge cette complexité exponentielle ?

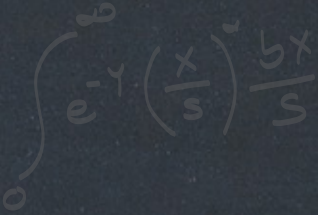
Une solution d'ordre management performante traite l'ensemble du stock comme un seul canal, avec des programmes d'approvisionnement intelligents calculant les meilleures sources et les meilleurs chemins. Elle ouvre aussi de nouvelles gammes de produits à la vente et réduit les coûts de stockage en permettant de déléguer la livraison au fournisseur, voire éventuellement, directement à l'usine. C'est ainsi que, jusqu'à présent, les pure players se différencient.

Les enseignes classiques peuvent désormais s'aligner car elles disposent aujourd'hui de solutions magasins omni-canales qui couplées avec une solution centralisée d'ordre management apportent aux vendeurs une connaissance pointue du client : historique d'achat sur tous les canaux, commandes en cours, préférences, suggestion produits, et bien entendu : disponibilité produit dans le réseau ... On appelle cela des solutions de clienteling.

Derrière la visibilité du stock, une science

Où en êtes-vous réellement de votre transformation omni-canal ?

It's not rocket science
shopping



Un catalyseur de succès.

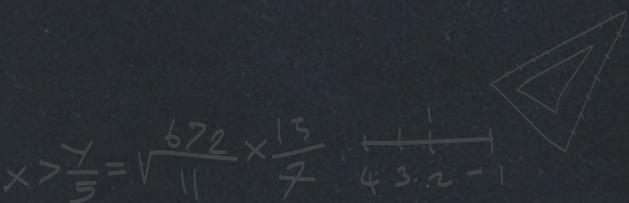
Le paysage du commerce de détail continue à évoluer à un rythme accéléré, aussi les outils dont dépend votre activité doivent-ils simultanément se développer et s'adapter. Vous devez dépasser le stade de l'intervention manuelle et du correctif multi-canal ad-hoc pour adopter une approche scientifique, basée sur une technologie qui peut, littéralement ou presque, livrer pour vous.

Mettre en œuvre une solution omni-canal complète (centralisée avec de l'order management et localisée avec du clienteling) est un véritable catalyseur de succès, vous faisant passer d'un stock largement visible à un stock largement disponible à la vente. C'est une étape cruciale pour faire en sorte que votre réseau de magasins travaille à l'amélioration de l'expérience client et vous permette de passer plus de temps à gérer votre entreprise et vos marques : élément incontournable dans une arène aussi concurrentielle que celle de la distribution.

Nos experts vous attendent pour vous parler de l'excellence en matière d'expérience client et de la manière de l'atteindre. Contactez Manhattan Associates maintenant en appelant le 01 76 70 53 00 ou en écrivant à fr@manh.com.

Les experts en science du shopping.




$$x > \frac{y}{5} = \sqrt{\frac{672}{11}} \times \frac{13}{7} \quad \frac{1}{4} \quad \frac{1}{3} \quad \frac{1}{2} \quad \frac{1}{1}$$

~~It's not rocket science~~
shopping