

MANHATTAN ACTIVE™  
**OMNI**



# PUSH POSSIBLE™

REPOUSSER LES LIMITES DU POSSIBLE POUR VOS CLIENTS

## N'OFFREZ PAS SEULEMENT UNE EXPÉRIENCE EXCEPTIONNELLE À VOS CLIENTS, PROPOSEZ-LEUR UNE EXPÉRIENCE QUI LEUR EST PROPRE.

Les attentes de vos clients varient autant que leur personnalité. Pour l'une, vivre une magnifique expérience passe, par exemple, par une rencontre personnalisée avec votre enseigne. Elle vous récompense par ses achats réguliers, notamment parce que votre personnel sait ce qui va lui plaire et lui conseille des articles complémentaires à ce qu'elle a déjà acheté.

Un autre client peut rechercher la commodité et vous rester fidèle parce que vous lui simplifiez la vie. Le satisfaire passe par une approche extrêmement chorégraphiée, combinant en toute transparence le magasin, votre site marchand et votre appli mobile, ainsi que toutes les options de livraison possibles, du retrait le jour-même à la livraison à domicile. Et n'oublions pas non plus les clients qui souhaitent pouvoir entrer et sortir du magasin le plus vite possible et qui n'hésitent pas à s'en aller si la file d'attente est trop longue en caisse.

Première du genre, la suite logicielle Manhattan Active™ Omni a été pensée et développée pour le monde de l'omnicanal et assure au client l'expérience que vous lui promettez. Née dans le cloud, la suite logicielle Manhattan Active Omni est un portefeuille complet de solutions et services toujours à jour et entièrement évolutifs.

Avec Manhattan Active™ Omni, nous cassons les silos qui existent entre les différents canaux. Désormais universelles, les capacités sont à disposition de chaque employé au travers d'une unique application, quels que soient le lieu et le moment. Vous voulez connaître les performances en temps réel de l'un de vos magasins à partir d'une tablette Android ? Rien ne vous en empêche. Vous voulez choisir un hashtag Twitter qui permette aux agents de votre call center de surveiller les opportunités de vente sur votre poste de travail Windows ? Vous le pouvez aussi. Vous souhaitez réaliser des ventes croisées lorsqu'un client vient retirer un article au magasin et encaisser ces ventes additionnelles à partir d'un appareil iOS ? Là encore, aucun problème.

Avec Manhattan Active Omni, votre équipe contrôle tous les aspects de vos opérations omnicanales, au siège, au call center ou dans les magasins. Quel que soit le canal d'achat utilisé, chaque employé dispose d'une même vue d'ensemble des clients et de leurs transactions, avec des fonctionnalités intégrées pour gérer les dossiers, le social listening et la communication. En matière de disponibilité et de visibilité des stocks à l'échelle de l'entreprise, la granularité de nos outils vous permet de satisfaire tous vos clients, et ainsi augmenter leur taux de fidélisation. Toutes les fonctionnalités nécessaires en magasin, comme par exemple l'encaissement, le clienteling et la préparation de commandes, sont disponibles sous forme d'appli mobile ou sur un navigateur Web. Nos solutions Omni étant Cloud-natives, vous disposez des toutes dernières fonctionnalités dès lors qu'elles sont disponibles et de ressources informatiques qui s'adaptent automatiquement à la demande. Vous pouvez ainsi continuer à innover en toutes saisons.





## MANHATTAN ACTIVE™ **OMNI**

Technologies	5
Order Management	6
Enterprise Inventory et Available to Commerce	8
Adaptive Network Fulfillment	10
Contact Center	12
Customer Engagement	14
Point of Sale	16
Clienteling	16
Store Inventory & Fulfillment	18

« Les succès remportés grâce à Manhattan par d'autres grandes enseignes de distribution omnicanale novatrices dans de nombreux pays ont été un critère très important dans notre processus de sélection. Leur solution Enterprise Order Management va être au cœur de nos opérations omnicanales et va augmenter nos taux de conversion sur chaque canal de vente et améliorer notre stratégie de fidélisation des clients. »

– LACOSTE



MANHATTAN ACTIVE™ OMNI

# UNE SOLUTION CONÇUE POUR LES ENSEIGNES MODERNES

Sur le plan technologique, Manhattan Active Omni est la plateforme de commande la plus avancée que le secteur de la distribution n'ait jamais connue. Comme vos clients privilégient l'expérience, le prix et la rapidité, vous ne pouvez pas vous permettre de tout miser sur des technologies nées bien avant la plupart d'entre eux.

## CLOUD-NATIVE ET ÉVOLUTIVE POUR RÉPONDRE AUX PROMESSES OMNICANALES, DE MANIÈRE RENTABLE

La distribution a évolué. Du B2B au B2B2C en passant par le B2C, les enseignes tentent de s'adapter à une réalité dans laquelle presque chaque commande est influencée par le digital, où la livraison doit être rapide et gratuite, et où leurs magasins doivent être capables d'assurer l'exécution des commandes online en plus de leurs activités traditionnelles de ventes et d'assistance. Le mobile n'est plus un canal de vente en soi mais il devient la principale plateforme d'engagement pour chaque autre canal. Pour les leaders de la distribution, être à même d'offrir une réelle expérience omnicanale à leurs clients, et ce, de manière rentable, est devenu un objectif incontournable.

Dans leur grande majorité, les solutions qui permettent aux enseignes de tenir cette promesse clients n'ont pas été conçues pour un commerce unifié, 'dé-siloté'. De fait, la plupart des solutions, conçues au siècle dernier, et simplement mises à jour sans réelle refonte de leur architecture fondatrice, ont été élaborées à une époque où organiser les expéditions depuis quatre ou cinq centres de distribution étaient considérées comme complexes. Ces solutions sont lourdes, utilisent des structures de données monolithiques et, pour évoluer, exigent d'importants efforts manuels lors du déploiement des configurations et des mises à jour. Les interfaces sont non-responsive et manquent souvent d'homogénéité, la plupart ayant ont été conçues avant l'arrivée du Cloud et l'avènement du mobile partout pour tout.

Cloud-native et entièrement composées de micro-services, les solutions Manhattan Active Omni reprennent les meilleurs enseignements du dernier quart de siècle en matière de design et de gestion des processus pour le commerce distribué, et les réunissent dans une plateforme unique d'applications. Puissante, moderne et évolutive, la suite logicielle Manhattan Active Omni a été tout spécialement conçue pour répondre aux demandes des enseignes omnicanales.

Nous travaillons sans relâche pour pouvoir vous proposer des solutions qui limitent votre prise de risque en matière d'innovation. Pourquoi mettre à l'arrêt vos systèmes cinq mois sur douze ? Pourquoi consacrer plusieurs centaines de cycles de tests pour l'optimisation maximale des performances du système face à une hausse exceptionnelle de la demande ? Pourquoi former votre équipe au fonctionnement de multiples interfaces et systèmes présentant exactement les mêmes informations, juste parce que l'opération a lieu via un autre canal ou lors d'une autre phase du parcours d'achat ? Manhattan Active Omni rend tout cela inutile.

Sur le plan technologique, Manhattan Active Omni est la plateforme d'orchestration de commandes la plus avancée que le secteur du retail n'ait jamais connu. Et, comme vos clients privilégient l'expérience, le prix et la rapidité, vous ne pouvez pas vous permettre de tout miser sur une technologie née bien avant la plupart d'entre eux.

## OFFRIR AU CLIENT TOUTES LES EXPÉRIENCES QU'IL PEUT IMAGINER

Du surfeur occasionnel au consommateur des temps modernes qui combinera naturellement achat en ligne, sur smartphone et en magasin, la solution Manhattan Active Omni vous permet de repousser les limites du possible (Push Possible™) pour leurs offrir l'expérience qu'ils désirent véritablement.

# COMPOSANTS DE LA SUITE LOGICIELLE

## ENTREPRISE ORDER MANAGEMENT

Manhattan Active™ Omni vous permet de gérer les transactions des clients tout au long de leur cycle de vie, quel que soit le canal, entrant ou sortant (centre d'appels, web-marchands, marketplaces, centres de distribution, magasins, fournisseurs, revendeurs, etc.). Les distributeurs utilisent la solution Enterprise Order Management pour créer ou gérer le cycle de vie complet de la commande, de la vérification anti-fraude initiale jusqu'à la livraison, en passant par le traitement du paiement. Avec Enterprise Order Management, tous les systèmes qui gèrent les clients (créations, interactions, consultations ou réactions) et leurs transactions sont interconnectés. La solution fournit une seule et unique source d'informations pour tout ce qui concerne vos commandes. La plateforme e-commerce, les clients, les agents du centre d'appels, les responsables de l'exécution des commandes et les employés des magasins disposent tous d'une vue en temps réel des transactions et des stocks disponibles au sein de l'entreprise étendue (en entrepôt, en magasin, en transit, voire chez le fournisseur). Avec un seul système pour enregistrer les commandes clients, à travers tous leurs canaux, leurs marques et leurs localisations géographiques, les détaillants peuvent améliorer de façon drastique leurs capacités omnicanales et la satisfaction de leurs clients.

### Fonctionnalités et fonctions

#### Orchestration

- Centralise toutes les commandes en provenance de tous les canaux de distribution pour disposer d'une source d'informations unique et fiable.
- Réduit la complexité et les coûts grâce à son architecture unique.
- Déplace, ajoute, modifie et supprime les commandes à la volée.
- Suit des étapes clés pour signaler et résoudre les problèmes de manière pro-active.
- Audite chaque modification intervenant durant le cycle de vie d'une commande.
- Prend en charge plusieurs devises, langues et pays.
- Gère le cycle de vie des paiements pour chaque commande, à travers tous les canaux.

#### Exécution

- Prend en compte les scénarios opérationnels tels que : achats en ligne/retours en magasin (Buy on line, Return in Store) et achats en ligne/retrait en magasin (Buy on line, Pick-up in Store), expédition au magasin et expédition depuis le magasin.
- Prend en charge toutes les méthodes d'exécution : livraison à domicile, retrait en magasin, expédition depuis le magasin et livraison le jour même, pour une même commande.
- Autorise les retours par n'importe quel canal, avec remboursement automatique.
- Ajuste votre inventaire et gère les niveaux de stock de l'entreprise sur la base de code de disposition appropriés.

#### Interopérabilité

- Exploite pleinement vos solutions existantes pour la gestion des commandes et maximise l'investissement actuel au travers d'une vue unique, de la commande au client.
- Apporte des fonctionnalités telles que la recherche de l'historique d'achat d'un client sur tous les canaux confondus et permet la mise en place de scénarios de type « Save the Sale » et de retours/échanges cross-canaux, le tout grâce à des services web extensibles de type REST.
- Intègre les calculs de TVA dans les applications fiscales tierces.
- Intègre le traitement des paiements avec des passerelles tierces.

« Pour tenir les promesses de notre stratégie omnicanale, nos capacités de traitement sont cruciales. La solution Manhattan OMS améliore la visibilité de nos stocks de produits. Cela nous permet de vendre davantage et de mieux satisfaire nos clients. »

– PETS MART





## LA PARTIE « OMNI » DE L'OMNICANAL

### LA SOLUTION LA PLUS AVANCÉE JAMAIS CONÇUE POUR L'ORCHESTRATION ET L'OPTIMISATION DES COMMANDES

Répondre aux attentes des clients implique d'adopter une approche unifiée, de la saisie de la commande à l'acceptation des retours, sur tous les canaux. Le client ne devrait pas avoir besoin d'adapter son comportement d'achat aux capacités du distributeur.

Grâce à Manhattan Enterprise Order Management, l'enseigne maîtrise entièrement les transactions des clients, la visibilité et la disponibilité des stocks, et l'orchestration des commandes, à l'échelle de l'entreprise, en temps réel. Dans le même temps, il peut aussi évaluer ses différentes options d'exécution et tenir compte des performances du produit, de la géographie, des coûts financiers et opérationnels, et de l'impact sur la satisfaction du client pour systématiquement choisir l'option la plus rentable pour tenir la promesse faite au client.

La plupart des plateformes de gestion de commande utilisées par les retailers pour répondre à ces besoins ont été conçues sur la base de développements informatiques remontant au siècle dernier, reconduits d'année en année, et mis en œuvre à une époque où expédier depuis quatre ou cinq centres de distribution était considéré comme complexe. Ces solutions sont aujourd'hui lourdes, utilisent des structures de données monolithiques et, pour évoluer, exigent d'importants efforts manuels lors du déploiement des configurations et des mises à jour. Les interfaces manquent d'adaptabilité et d'homogénéité, et la plupart ont été conçues avant l'arrivée du Cloud.

Manhattan Enterprise Order Management dote désormais les distributeurs des outils dont ils ont besoin (au travers d'un large choix d'options de déploiement) pour rendre leur organisation plus dynamique, extrêmement agile et pleinement optimisée, mais aussi collaborative et en totale adéquation avec les réalités commerciales d'aujourd'hui.

# ENTREPRISE INVENTORY ET AVAILABLE TO COMMERCE

Quand les retailers se retrouvent confrontés au challenge que représente le traitement des commandes, leur première action doit être d'avoir une vue globale de la disponibilité des produits au sein de la totalité de leur réseau de distribution afin de déterminer où se trouve la marchandise. À l'évidence, s'il est impossible de vendre ce que l'on ne peut pas voir, il n'est pas toujours possible non plus de vendre ce que l'on voit. La vue des stocks 'disponibles à la vente' doit être à la fois dynamique et adaptée non seulement à ce que l'on cherche, mais aussi à la source de stock la plus proche ou la plus rentable par rapport à la localisation de l'acheteur, par rapport au moment où il souhaite recevoir sa commande, voire aux éléments additionnels devant accompagner cette même commande.

Par exemple, certains types de services à valeur ajoutée choisis par le client, tels qu'un emballage cadeau ou une option de livraison à 'J+1', peuvent avoir un impact sur la disponibilité du produit. En effet, si l'article est disponible en entrepôt et livrable en 24h mais sans que l'emballage cadeau soit réalisable, alors ce stock ne sera pas considéré comme 'disponible à la vente'. Seules les sources de stock où la commande pourra être préparée dans sa totalité seront proposées au client, comme par exemple les magasins proches de chez lui et disposant du produits proches et capables de préparer sa commande dans les délais impartis.

Tenir compte de différentes règles métier et contraintes logistiques dans l'affichage des stocks disponibles à la vente permet à l'enseigne de pousser sur ses différents canaux de vente (online, sur tablette vendeurs, en call center ...) une vue dynamique et fiable des stocks, quel que soit le type de segmentation qu'elle aura choisi : montant du panier d'achat, localisation géographique, capacité de préparation par magasin, stratégie de rétention/fidélisation du client, écoulement des stocks toxiques avant les soldes, tendances, objectif de marge, maximisation de l'utilisation des ressources en entrepôt, ... Ces vues personnalisées du stock disponible à la vente vous assurent de remplir la promesse que vous avez faite à votre client tout au long de son parcours d'achat.

Mais l'histoire ne s'arrête pas là pour l'enseigne omnicanale désireuse d'améliorer son réseau de distribution pour proposer une expérience d'achat homogène à ses clients. En effet, tenir ses promesses et maximiser ses marges passent aussi par une optimisation intelligente garantissant un minimum de démarques et de ruptures de stock, et une utilisation maximale des ressources disponibles : entrepôts et magasins.

La solution Enterprise Inventory fournit une vue puissante et en temps réel des stocks présents dans tout le réseau de l'entreprise, y compris des stocks en transit, en cours de commande et appartenant à ou approvisionnés par des tiers. En regroupant toutes ces données de stock, l'enseigne optimise au maximum ses opportunités de conversion sur tous les canaux de vente. Sachez toujours où se trouve chacun des articles dans votre réseau.

## Fonctionnalités et fonctions

- Affichez en temps réel le stock disponible, en transit et en commande, dans les centres de distribution, les magasins et chez les fournisseurs.
- Éliminez certains stocks, par exemple les produits défectueux, endommagés ou autres.
- Segmentez les stocks en magasin en stocks de réserve, en rayon, etc.
- Publiez les événements de stock au travers d'un événement standard et synchronisez les positions de stocks à l'échelle du réseau et des applications externes en temps réel.
- Optez pour une division virtuelle du stock disponible au travers de plusieurs canaux, avec maintenance d'un pool unique au niveau du centre de distribution.
- Optez pour le bon de commande unique, unifié à travers tous les canaux.
- Gérez les stocks en commande et en transit par canal ou par utilisation.

**La solution Available to Commerce** est un moteur de contraintes avancé qui vient compléter Enterprise Inventory en permettant au distributeur de définir et reconfigurer rapidement ses vues ou scénarios en fonction des unités de stock les mieux adaptées à chaque client. Cette vue dynamique peut par exemple tenir compte simultanément de facteurs tels que les opérations commerciales, logistiques, financières et de magasin, et des autres caractéristiques que définit l'utilisateur pour présenter le stock en fonction de sa disponibilité réelle, en temps réel.

## Fonctionnalités et fonctions

- Définissez des règles régissant la disponibilité des produits selon le circuit de vente, la marque, le mode de livraison, la saison, la capacité du magasin, l'accessibilité du stock, la disposition du stock, les règles de présentation, les niveaux de stock de sécurité, etc.
- Gérez la disponibilité selon les contraintes opérationnelles, par exemple les problèmes de préparation de commande et la charge de travail du magasin.
- Affichez les modifications du stock via les API REST.
- Mettez à jour en temps réel les stocks disponibles sur tous les canaux.
- Protégez les niveaux de stock nécessaires dans le magasin pour satisfaire la clientèle de passage.
- Réservez et définissez des dates de livraison des commandes sur tous les canaux.





## ADAPTIVE NETWORK FULFILLMENT

La procédure de planification des stocks et de l'exécution n'a pas changé pendant près d'un siècle. Des années d'expérience et la perspicacité de talentueux professionnels de la préparation de commande en ont fait un art, optimisé au fil du temps.

Jusqu'à aujourd'hui.

Depuis cinq ans, la demande des consommateurs pour une livraison rapide et gratuite, l'apparition des réseaux de magasins en tant que maillons de la chaîne logistique et donc de centres potentiels de préparation de commande, et la pression mise sur les marges qui en a découlé ont rendu ce savoir-faire obsolète.

Les distributeurs réagissent par des projets omnicanaux, mais ceux qui cherchent à perfectionner leur système de distribution unifiée ne peuvent pas se contenter d'uniquement présenter le stock disponible à vente. La capacité à limiter les démarques et les ruptures de stock au minimum tout en maximisant l'exploitation des retours et en tenant compte des performances historiques des magasins, du trafic actuel et de la charge de travail des ressources, passe obligatoirement par une optimisation intelligente et en temps réel.

Adaptive Network Fulfillment (ANF) exploite l'optimisation intelligente pour évaluer en temps réel une multitude de paramètres liés à l'exécution, au transport, aux magasins et aux clients, et maximiser ainsi les marges et la rentabilité des commandes en ligne en limitant au minimum l'impact sur l'expérience d'achat en magasin et sur le personnel.

On peut même dire que **Adaptive Network Fulfillment** est la dernière pièce du 'puzzle stocks' pour le distributeur omnicanal. En permettant de choisir la meilleure source de stock pour servir la commande, cette solution vient compléter la visibilité globale des stocks et la gestion dynamique de la disponibilité des stocks à votre gestion omnicanale pour vous permettre de tenir les promesses faites à vos clients, avec rentabilité.

Par ailleurs, comme le magasin est en passe de devenir l'un des maillons les plus critiques du réseau d'exécution de toute enseigne omnicanale, il est indispensable d'avoir une exploitation des magasins en tant que 'centres de préparation de commandes' alignée à celle des centres de distribution. Le magasin implique d'évaluer d'autres paramètres, par exemple l'historique des performances des activités d'exécution, les effectifs, le trafic en magasin et les niveaux de stock.

Optimiser les activités d'exécution du magasin est également l'opportunité d'accélérer les délais de livraison grâce à la proximité du client et l'exploitation optimale des stocks, pour plus de rentabilité et pour tenir vos engagements de service. Les enseignes sont à même de renforcer leurs capacités d'exécution pendant les soldes, les promotions et autres périodes de forte activité, et d'augmenter leurs marges en exploitant pleinement les stocks locaux et/ou les démarques. De fait, les distributeurs peuvent profiter du risque limité que représentent les démarques et les retours au fournisseur en exploitant au mieux les sites les plus achalandés, et augmenter le niveau de satisfaction des clients en sauvant éventuellement une vente lorsque le produit n'est plus disponible dans le centre de distribution alors qu'il l'est dans un magasin situé à proximité du client.



## Fonctionnalités et fonctions

### Optimisation

---

- Définissez des stratégies d'optimisation différentes selon les niveaux de service, la livraison gratuite, les articles en liquidation et les catégories de clients.
- Multipliez le nombre de facteurs évalués pour l'exécution, dans une approche holistique.
- Convertissez chaque facteur en coût d'exécution : livraison/manutention, capacité, taux de rejet, niveaux de stock, jours d'approvisionnement, prix de vente et proximité par rapport au client.
- Équilibrez la charge d'exécution entre vos différents sites de préparation de commandes.
- Réagissez face aux articles en sur-stock et protégez les derniers articles disponibles en magasin.
- Exploitez pleinement vos historiques de niveau de stock, de charge de travail et de taux de rejet.
- Expédiez les produits depuis les magasins pour lesquels la marge est la plus forte en prenant en compte les paramètres locaux tels que démarques et les frais de préparation et livraison.
- Proposez des mesures incitatives ou dissuasives selon les données obtenues en temps réel, par exemple sur les stocks en surplus ou la capacité d'exécution maximale.
- Confiez en priorité l'exécution aux sites les mieux à même de la gérer, comme les centres de distribution et les magasins les plus grands.

### Compréhension et Agilité

---

- Examinez chaque décision d'exécution, en faisant apparaître la ventilation du coût total et les paramètres décisionnels.
- Affichez le détail de chaque commande ou les performances du réseau global en temps réel.

### Exécution, Traitement de la commande

---

- Orchestrez les commandes au sein de votre réseau logistique (centres de distribution, magasins et fournisseurs), et suivez leur statut en temps réel.
- Prenez en charge les flux complexes de consolidation de commande de manière à assurer une livraison unique au client final.
- Utilisez la capacité de vos fournisseurs à livrer directement les clients finaux.
- Gérez les interruptions d'exécution, les contraintes de capacité et la protection des stocks.



## CONTACT CENTER

Pour la plupart des gens aujourd'hui, le bien le plus précieux n'est pas l'argent mais le temps.<sup>1</sup> Vos clients apprécient davantage la qualité de service et le confort que le prix et, en tant que professionnels de la distribution, vous vous efforcez de rendre l'expérience exceptionnelle. 72 % des entreprises déclarent qu'améliorer la satisfaction des clients est leur priorité absolue, alors même qu'elles gaspillent chaque année plus de soixante milliards de dollars du fait de la médiocrité des niveaux de service.<sup>2</sup> Un Service Clients d'exception implique de comprendre les difficultés rencontrées par les clients, et d'y apporter une solution.

Lorsque les commandes passent en majorité par des services en ligne, le consommateur doit pouvoir savoir où en est sa commande très facilement. Mais quand il a vraiment besoin d'aide, il veut pouvoir vous contacter. Et vos agents du Service Clients doivent disposer d'outils faciles à utiliser, qui leur permettent d'accéder aux données de transaction de chaque client, afin de rendre les interactions fluides, rapides et efficaces. Un centre d'appel bien géré est une excellente opportunité de faire durablement bonne impression sur les clients qui vous contactent pour des questions complexes.

La solution **Contact Center** dote les agents de votre Service Clients des informations et des fonctions dont ils ont besoin pour faire vivre une expérience omnicanale inoubliable à vos clients. En matière de service, le meilleur moyen de fidéliser la clientèle est de parvenir à résoudre rapidement et facilement leurs problèmes. C'est ce que Manhattan Contact Center vous permet de faire !

### Fonctionnalités et fonctions

- Offrez un accès aisé et rapide aux dernières transactions de chaque client, quel que soit le canal d'achat utilisé.
- Ayez la visibilité de l'approvisionnement et la demande, sur tous les canaux.
- Réduisez la durée des appels en fournissant, en quelques clics, les informations les plus demandées sur les commandes et les retours.
- Multipliez les ventes grâce à de puissantes fonctions de recherche d'articles et d'informations sur les produits.
- Fournissez le traitement des prix, des promotions, des taxes et des paiements.
- Permettez à vos clients de modifier les attributs de son choix dans la commande.
- Gérer les accès et les droits selon le rôle de chaque utilisateur et les types de services comme par exemple conciliation, retour, etc.
- Laissez le client s'informer sur l'état de sa commande, ses retours et ses échanges sur un portail en libre-service sur votre site e-commerce.
- Naviguez facilement entre les commandes client, les retours et les échanges.
- Prenez en charge les retours et les échanges sur tous les canaux.
- Donnez à vos employés la possibilité de proposer de multiples options de livraison : expédition à domicile, à une autre adresse, retrait en magasin ou en un autre point de retrait proposé par votre entreprise.
- Tirez parti de la localisation de vos magasins et de la visibilité des stocks au niveau de chaque magasin.
- Disposez d'une interface flexible et facilement extensible.
- Optimisez au maximum vos investissements existants à l'aide de l'architecture API REST de la solution.
- Tirez parti de l'intégration transparente à Customer Engagement pour la veille et la communication sur les réseaux sociaux avec vos clients.



# CUSTOMER ENGAGEMENT

Après avoir acheté vos produits, le client pense avoir noué une relation avec vous. Il souhaite être reconnu et sentir que l'appréciation est mutuelle. Il souhaite être apprécié et écouté. Êtes-vous là lorsqu'il a besoin de vous ?

La solution **Customer Engagement** dote vos employés et les agents de votre Service Clients des outils dont ils ont besoin pour connaître le client dans son ensemble, avec ses préférences, ses tendances. Elle leur offre la possibilité de proposer une expérience inoubliable qui forgera leur loyauté et les incitera à revenir vous voir.

La question que l'enseigne doit se poser n'est pas de savoir si elle connaît son client, mais si ce qu'elle connaît de son client l'aide à mieux le satisfaire.

L'objectif de Customer Engagement est d'aider le retailer à savoir ce qu'exprime le client, où et quand, et d'observer ses habitudes d'achat. La solution Customer Engagement combine en une même vue les connaissances non structurées (par exemple, les conversations sur les réseaux sociaux) et les informations structurées comme la commande du client, l'historique des transactions et les données de tendances en temps réel. Au final, la solution, donnant une vision exhaustive et "exploitable" du client, permet au Service Clients de connaître l'historique complet de l'expérience d'achat du client et de procéder aussitôt aux ajustements nécessaires, au sein d'une seule et même solution, pour lui offrir une résolution positive de son problème.

Composant de la suite Manhattan Active Omni, la solution Customer Engagement est intrinsèquement reliée au reste de la suite logicielle, comme par exemple à Enterprise Order Management. Ainsi, en cas de problème lors du parcours d'achat, celui-ci est automatiquement présenté dans son contexte, en relation avec l'historique du client. Il est possible de corriger les défauts avant qu'ils ne deviennent des problèmes. Combiner toutes ces données au sein d'un même outil apporte sur le marché la première et unique solution permettant une visibilité réelle sur les tenants et aboutissants (quoi, pourquoi et comment) de l'achat omnicanal. Et grâce à la flexibilité de l'architecture de Manhattan Active, chaque instance de Customer Engagement connaît vos clients et leurs commandes, et peut transmettre ces précieuses informations à vos actuelles solutions d'automatisation marketing et de fidélisation.

Customer Engagement permet aux équipes en charge de la clientèle d'aller plus loin dans leur capacité à tenir vos promesses en matière de service omnicanal.

Quels que soient les efforts déjà consentis pour mieux connaître le client et redéfinir son parcours d'achat, tout ne se passe pas toujours comme prévu. Ce qui importe n'est pas que des problèmes surviennent, mais plutôt que les agents de votre Service Clients soient équipés des bons outils leur permettant de respecter la promesse de votre marque lorsqu'un problème se produit. Une vue complète du client, de ses préférences, tendances, historiques d'achat et communication, se révèle cruciale. Cependant, connaître le client n'est en soi qu'une partie du tableau. Êtes-vous en mesure d'exploiter ce que vous savez pour agir aussitôt, sans changer d'application, tenir vos promesses et guider ce client via son canal de communication favori ? C'est ce que Manhattan Customer Engagement vous permet de faire.

## Fonctionnalités et fonctions

- Venez rapidement à bout des problèmes grâce à une infrastructure avancée pour la gestion et la remontée hiérarchique des dossiers.
- Unifiez les outils d'engagement clients déployables sur tous terminaux et systèmes d'exploitation.
- Ecoutez les réseaux sociaux et dialoguer avec vos clients via le canal de leur choix.
- Intégrez de façon native les préférences et l'historique des expériences au système de prise de commandes et de gestion clients.
- Servez-vous des notifications préventives de votre système d'order management (OMS) pour détecter les problèmes et ouvrir des dossiers d'incident.
- Affichez le temps consacré, les tendances d'achat, les précieuses informations collectées sur réseaux sociaux et des alertes intelligentes pour optimiser au maximum les interactions avec vos clients.
- Améliorez les performances en dotant les agents d'un tableau de bord unifié, présentant les performances globales de leur équipe sur tous les canaux de communication.
- Réagissez rapidement aux changements de tendances des activités liées aux clients, employés, magasins ou articles.
- Soyez à l'écoute, réagissez et contactez les clients sur tous les canaux sociaux afin de fournir un service client plus proactif.
- Proposez une vue des interactions et transactions précédentes du client sur tous les canaux, ainsi que ses dossiers d'incident en cours.
- Allégez les conflits avec les clients grâce à l'intégration téléphonique prête à l'emploi, et affichez automatiquement le tableau de bord des appels entrants du client, ainsi que les fonctions de transfert, mise en attente, téléconférence et regroupement d'appels.
- Traitez les demandes reçues par e-mail, chat et réseau social, et prenez les mesures nécessaires sur le canal d'origine.





## CONNAÎTRE SON CLIENT NE SUFFIT PAS.

### SEULES DES INFORMATIONS PERSONNALISÉES ET EXPLOITABLES GARANTISSENT UNE EXPÉRIENCE INOUBLIABLE !

Pour la plupart des commerçants, l'effort que représente la collecte de statistiques commerciales, physiques et en ligne, leur combinaison, puis leur présentation en un format pertinent, voire l'exploitation de données externes telles que l'opinion sur les réseaux sociaux, afin de mieux comprendre le client n'a rien de nouveau. Même s'il est possible de regrouper et de présenter ces données au distributeur de manière adéquate pour l'aider à mieux comprendre ses clients, la vue obtenue ne décrit généralement que le passé. Il est impossible de procéder aux ajustements nécessaires en temps réel pour garantir une expérience d'achat inoubliable sur la base de ces données, sauf peut-être si l'équipe en charge des clients dispose de nombreux systèmes et points d'entrée.

Conçues dès le départ pour le Cloud, adaptables et toujours à jour, les solutions Manhattan Active aident les entreprises à garantir une expérience exceptionnelle à leurs clients grâce à des informations exploitables et des analyses prédictives directement intégrées à la solution. Il est ainsi possible d'approcher le client de manière pertinente, où qu'il en soit dans son parcours d'achat.

## POINT OF SALE

Parce qu'ils n'ont jamais été conçus pour le commerce unifié, les systèmes POS (Point of sale) classiques n'offrent pas la vaste gamme de fonctions axées sur le client qu'exigent les environnements de distribution modernes. Pour la plupart, les systèmes hérités ont bien du mal à assurer certaines fonctions, par exemple l'inventaire du réseau, la combinaison des commandes en ligne et physiques, ou les promotions en magasin. Dans le même temps, les plateformes e-commerce ne sont généralement pas suffisamment robustes pour prendre en charge les transactions en magasin. Cela signifie que, sans Manhattan Active Omni, votre situation est faite de compromis, voire délicate.

Pour mieux faire face à la concurrence traditionnelle, les enseignes ont besoin d'une plateforme d'engagement qui permettent à leurs employés de ne pas être dépassés par leurs clients connectés. Le personnel des magasins s'adapte à l'évolution du design et des formats de magasin, de même qu'aux nouvelles combinaisons de commande et paiement de tous types. Jusqu'à présent, le choix du déploiement de systèmes dans les magasins était avant tout une décision technologique, pas commerciale.

En tant que composant de la plateforme Manhattan Active Omni, la solution Point of Sale peut être déployée partout, dans les magasins, sur des postes Windows classiques ou sur des terminaux mobiles iOS et Android, avec une même interface responsive dans tous les formats. Manhattan Point of Sale vient apporter son aide aux magasins permanents ou éphémères, au service à fort contact humain ou à trafic élevé. Elle permet à l'enseigne de choisir elle-même la meilleure stratégie de déploiement pour son activité.

Point of Sale accède en temps réel aux données de disponibilité de stock à travers tout le réseau de distribution de l'entreprise. Un simple balayage de l'application suffit pour répondre à la demande d'un client et le satisfaire. Les possibilités sont infinies. Tous les engagements vis-à-vis des clients sont réunis dans une même et unique version du logiciel, plus facile à gérer, et la solution est simple et intuitive, que le terminal soit fixe ou mobile.

Pour tout ce qui concerne les événements promotionnels et le traitement des prix, Point of Sale exploite les fonctions globales de promotion et de prix de la suite Manhattan Active Omni dans le magasin. Pour créer un environnement riche d'offres par marché, région, canal et client, et être sûr de proposer l'offre appropriée au moment opportun, les promotions et le traitement des prix exploitent la théorie des ensembles.

### Fonctionnalités et fonctions

- Utilisez une unique interface en responsive design pour la vente omnicanale.
- Gérez les promotions complexes via la fonction de calcul automatisée « meilleure affaire ».
- Reliez vos employés entre eux pour gérer l'attribution de la vente et d'adhésion aux règles du magasin.
- Consultez des vues calendaires pour les rendez-vous avec les clients et les tâches des employés.
- Prenez en charge les meilleures options matérielles pour vos POS.
- Déployez toutes combinaisons de terminaux fixes et mobiles sur iOS, Android, Windows ou navigateur.
- Fonctionnez de manière ininterrompue, même lors de petites coupures de wifi.
- Développez des extensions propres à votre activité sans perturber les mises à jour de la solution.
- Intégrez des systèmes de paiement tiers en toute sécurité.
- Prenez en charge des catalogues numériques, adaptés au format et à l'usage.
- Personnalisez le graphisme de votre marque et configurez des workflows intuitifs.
- Utilisez une console d'administration Web centralisée avec de nombreuses fonctions personnalisables pour tous les types de transaction.
- Disposez d'un unique système d'enregistrement pour toutes vos transactions.

## CLIENTELING

Manhattan Clienteling permet aux équipes en magasin de rencontrer leurs clients à des points clés du parcours d'achat, avant, pendant et après les visites en magasin, pour un suivi et un service personnalisés. La solution Clienteling, qui fait partie de la même plateforme applicative que Point of Sale, apporte une aide digitale au personnel de vos magasins pour favoriser à la fois les ventes et une qualité de service exceptionnelle.

### Fonctionnalités et fonctions

- Utilisez une unique interface utilisateur, en responsive design, pour réaliser des ventes omnicanales.
- Configurez les interactions clients sur la surface de vente et en dehors (mail, sms...), en fonction des profils des clients, leur historique d'achat et leurs préférences.
- Profitez de ces informations pour préparer un contact personnalisé avec chaque client, comme la préparation de proposition de style, de produits complémentaires, tailles, ...
- Ayez une vue à 360° de chaque client sur tous les canaux, y compris l'historique de ses commandes et ses listes d'envies.
- Fournissez des recommandations pour le client mais aussi sur le client afin que vos collègues puissent prendre la suite de la relation client dans un autre point de vente ou via le call center.
- Devenez capable d'encaisser votre client depuis n'importe quel endroit de la surface de vente.
- Personnalisez l'achat et les conseils pour chaque client.
- Intégrez des moteurs de recommandations existants ou tiers.
- Intégrez des look books interactifs et du contenu d'aide à la vente.
- Créez et gérez les rendez-vous avec les clients.
- Prenez en charge le marketing sortant magasin/client.





A woman in a pink dress and high heels is shown from the waist down, standing against a light blue background. The dress is a vibrant pink with a full, ruffled skirt. She is wearing matching pink high-heeled shoes with a small bow detail. The background is a solid light blue color.

# FAIRE DU NEUF AVEC DU VIEUX

## REMETTRE ÉMERVEILLEMENT ET VALEUR EN VITRINE

Tout au long du siècle dernier, l'évolution du comportement d'achat a suivi celle de la civilisation. On est passé, au début du 20e siècle, des petits magasins ruraux à l'avènement des grands magasins de ville dans les années 60, au développement entre les années 1970 et 1990 des centres commerciaux en périphérie des villes.

Puis, le début du 21e siècle voit arriver le commerce en ligne. Près de 20 ans plus tard, les ventes sont désormais majoritairement influencées par le digital, quel que soit le canal d'achat. Malgré tout, une chose n'a pas changé : le magasin reste le lieu où s'effectue la majorité du chiffre d'affaires des enseignes traditionnelles ! Alors que la plupart des commerçants ont fait d'importants investissements pour rendre l'expérience digitale d'achat plus simple et plus intuitive pour leurs clients, ils ont largement négligés l'évolution à apporter à leurs magasins et les outils mis à disposition de leurs personnels. En effet, transformer les magasins comme un maillon à part entière du réseau d'exécution logistique de leur entreprise pour proposer des services tels que le retrait de commande en magasin et l'expédition depuis le magasin ont accentué cette différence de traitement. Les distributeurs doivent donc se recentrer sur la création d'un environnement qui permette à chaque employé du magasin de tout contrôler avec des outils plus modernes et simples d'utilisation, une vue globale et complète de chaque client, et des informations réellement exploitables rendant la vente et l'exécution plus efficaces.

Les solutions de Manhattan ont été tout spécialement conçues pour accompagner l'évolution du rôle des employés de magasin, en fournissant une interface unique leur permettant de travailler plus intelligemment. Les solutions Manhattan Active™ aident les employés de magasin et leurs responsables à maîtriser la demande de commerce 'phygital' et de services omnicanaux, tout en devenant des spécialistes de la préparation de commande e-commerce.

Pour le distributeur omnicanal, son réseau de magasins doit être un atout. C'est de fait le seul lieu où vous pouvez directement rencontrer vos clients, établir et développer une relation humaine et pérenne. C'est pour cette raison que les géants de la vente en ligne ouvrent des magasins physiques. L'alliance de la personnalisation digitale et de l'environnement physique garantit des niveaux de fidélisation sans précédents. Ceux qui disposent déjà d'un réseau de distribution physique ont un avantage important s'ils savent l'exploiter de manière rentable pour tenir les promesses de l'omnicanal.

Manhattan Active Omni utilise une seule application, réactive et cloud-native, pour garantir aux employés et aux managers du magasin une maîtrise totale de leurs ventes omnicanales. Que vous engagiez une conversation auprès votre client via une tablette pour l'inciter à une vente croisée, que vous finalisiez un paiement sur une caisse fixe, ou que vous prépariez une commande e-commerce via un terminal portable sur le stock du magasin, l'application utilisée reste la même. Vous n'avez donc pas besoin de vous ré-adapter à un nouveau système à chaque fois que vos missions dans le magasin changent. Extensibles, adaptables et connectées, les solutions Manhattan Push Possible™ repoussent les limites du possible pour vos clients et vos employés tout en réduisant les dépenses découlant par exemple de la formation à différents outils et/ou de la redondance des tâches dans chacun de vos silos applicatifs.

# STORE INVENTORY & FULFILLMENT

Les chiffres démontrent que les distributeurs traditionnels n'ont jamais fait totalement confiance au stock du magasin. Du fait des manipulations quotidiennes des produits en magasin, la précision des niveaux de stock ne dépasse généralement pas les 60 % et ça, c'est avant la pression exercée par le commerce omnicanal. Quand un client achète un article en ligne avec la promesse de pouvoir le récupérer au magasin quelques heures plus tard, il est impératif que la marchandise y soit disponible, sinon vous ne ratez pas seulement la vente, vous perdez probablement aussi le client. Pour la plupart des enseignes, la possibilité d'exploiter un réseau de magasins en tant que point de sourcing des commandes digitales pour répondre à la demande de service omnicanal des clients est primordiale.

La solution **Store Inventory** garantit la précision des stocks, donc augmente les possibilités de vente omnicanale, réduit les risques de rupture de stock et simplifie le processus de réapprovisionnement du magasin. Grâce à ses fonctions mobiles de gestion de la réception des marchandises et des stocks, spécialement conçues pour l'employé du magasin, Store Inventory gère le réapprovisionnement du magasin, les commandes préparées à l'entrepôt et retirées en magasin, les rappels de marchandises et les transferts par chargement complet, palette, carton ou article.

Lorsque par ailleurs, la priorité doit être donnée à la précision des stocks, rendre les activités d'inventaire et d'exécution aussi simples et pratiques que possible pour l'employé du magasin arrive tout de suite après.

Les projets de commerce omnicanal ont multiplié les responsabilités de l'employé du magasin, qui reste chargé d'assurer des ventes et un accueil client exceptionnel, tout en étant un des acteurs majeur du service client omnicanal de son enseigne : retrait de commande en magasin (avec préparation de la commande en magasin ou réception de la commande préparée en entrepôt), expédition de commande depuis le magasin.

Avec les solutions **Store Fulfillment**, vous gardez le contrôle total à partir d'une unique interface en responsive design conçue pour fonctionner sur tous les formats et systèmes d'exploitation. Que vous dirigiez un grand magasin avec des opérations dédiées et des équipes de Service Clients, ou un petit magasin où les employés cumulent les responsabilités, avoir de fortes capacités d'exécution des commandes en magasin passe par une solution dont l'interface mobile est facile à utiliser. Le fait de pouvoir accéder en temps réel aux informations, aux activités et aux processus d'exécution en magasin garantit l'efficacité de l'exécution, mais aussi la satisfaction des clients.

## Fonctionnalités et fonctions

### Préparation de la commande

---

- Réduisez la formation et les délais d'intégration des employés au travers de processus guidés, par étape, avec des indicateurs visuels de progression.
- Contrôlez l'expérience utilisateur en magasin et les activités d'exécution en observant en temps réel la réalisation, les performances et les risques.
- Gérez la charge de travail du magasin en envoyant des notifications signalant les nouvelles tâches aux employés et des compteurs de retards d'exécution en temps réel au sein du magasin.
- Identifiez les commandes et livraisons ultra-prioritaires au travers de règles de configuration détaillée pour gérer la charge d'exécution.
- Optimisez la collecte en fonction des opérations, des processus et des agencements du magasin via des stratégies de commande, de regroupement et de tri :
  - > Répartissez les commandes entre plusieurs départements et employés.
  - > Optimisez les opérations de retrait et guidez les flux de ramasse selon l'agencement du magasin.
- Intégrez la réception et l'exécution pour les commandes du site au magasin.
- Gérez les retraits : recherchez des commandes, vérifiez l'identité d'un client et récoltez la signature comme preuve de livraison.
- Gérez les expéditions, les tarifs et le suivi des colis via l'intégration directe aux principaux transporteurs de lots partiels.
- Collectez et préparez avec des instructions détaillées pour les produits spécialisés, les demandes personnalisées et les tâches propres à certains articles.
- Imprimez et réimprimez avec des services d'impression natifs.

### Stock

---

- Consultez une vue segmentée du stock en magasin, et configurez des codes de disposition pour séparer le stock présent, le stock disponible à la vente, le stock en attente de contrôle qualité et le stock endommagé.
- Affichez les réceptions de stock prévues, en commande et en transit, avec dates d'arrivée prévisionnelles.
- Gérez votre inventaire, avec une extrême précision tout le temps.
- Gérez le réapprovisionnement du magasin avec réception et mise en rayon.
- Réceptionnez en magasin par article, colis, palette ou chargement complet, en prenant en charge les audits par colis.
- Réceptionnez et rangez les commandes préparées en entrepôt pour une collecte client en magasin.

Notes de fin

<sup>1</sup> Gfk

<sup>2</sup> Forrester

<sup>3</sup> NEWVOICEMEDIA





« La solution Inventory & Fulfillment améliore la précision de nos stocks tout en réduisant le temps que passent nos employés dans l'arrière-boutique. Elle permet une meilleure expérience en magasin pour les clients, améliore les ventes, et ouvre la voie à la mise en place de services de buy-in-store-pick-up-in-store et de ship-from-store. »

– LAMPS PLUS, INC.

**VOUS ÊTES PRÊT À PASSER À L'ACTION ?**  
**MANHATTAN ACTIVE™**

Pour en savoir plus, visitez notre site [manh.com.fr](http://manh.com.fr)

# SOLUTIONS

## MANHATTAN ACTIVE™

ALWAYS CURRENT

SEAMLESSLY INTERCONNECTED

CONTINUOUSLY ADAPTIVE



### MANHATTAN ACTIVE OMNI

#### COMMERCE OMNISCANAL

ORDER MANAGEMENT  
CUSTOMER ENGAGEMENT  
POINT OF SALE  
CLIENTELING  
STORE INVENTORY MANAGEMENT  
STORE ORDER FULFILLMENT



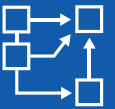
### MANHATTAN ACTIVE INVENTORY

#### PRÉVISIONS & APPROVISIONNEMENT

DEMAND FORECASTING  
REPLENISHMENT  
VENDOR MANAGED INVENTORY  
MULTI-ECHOLON  
SALES & OPERATIONS PLANNING

#### PLANIFICATION

FINANCIAL PLANNING  
ASSORTMENT PLANNING  
STORE PLANNING  
STORE CLUSTERING  
ITEM PLANNING  
PROMOTIONAL PLANNING



### MANHATTAN ACTIVE SUPPLY CHAIN

#### DISTRIBUTION

WAREHOUSE MANAGEMENT  
LABOR MANAGEMENT  
SLOTING OPTIMIZATION  
BILLING MANAGEMENT

#### TRANSPORT

MODELING  
PROCUREMENT  
PLANNING & EXECUTION  
FLEET MANAGEMENT  
AUDIT, PAYMENT & CLAIMS  
CARRIER MANAGEMENT

#### ENTREPRISE ETENDUE

SUPPLIER ENABLEMENT  
HUB MANAGEMENT  
APPOINTMENT SCHEDULING  
YARD MANAGEMENT

EVENT MANAGEMENT / VISIBILITY / INTELLIGENCE

## MANHATTAN ACTIVE INTEGRATION PLATFORM