



Transformez vos données pour réussir dans les CPG

Améliorez l'agilité opérationnelle, la rapidité de mise sur le marché, la prise de décision et la croissance avec le Master Data Management

Les CPG évoluent rapidement

Garder une longueur d'avance exige d'adopter une approche transparente et transformatrice du Master Data Management

Le digital remodèle tous les aspects de l'espace des CPG. L'évolution rapide des attentes des clients, la concurrence des marques de distributeurs et des marques D2C natives du digital, ainsi que des technologies innovantes, estompent la démarcation entre canaux en ligne et hors ligne.





Une nouvelle approche digitale pour de nouveaux défis digitaux

Pour conserver ou renforcer leur avantage, les marques CPG doivent agréger et partager des données provenant d'un éventail toujours plus large de sources et de systèmes disparates, déconnectés et souvent cloisonnés. Elles ont également besoin de nouvelles approches pour exploiter les données afin de relever des défis IT et métier complexes et dynamiques, notamment :



Diminution de la fidélité client et augmentation des exigences

Les consommateurs aujourd'hui attendent des expériences client personnalisées et omnicanales. Ils veulent des informations détaillées et une plus grande transparence sur les produits et ce qui entre dans leur composition, mais aussi sur les marques elles-mêmes. Si vous ne fournissez pas ces informations, une autre marque le fera.



Prolifération, croissance et complexité exponentielles des données

De multiples intégrations amont/aval nécessitent une solution suffisamment flexible pour optimiser la valeur des données. Cette optimisation concerne aussi bien le marketing (CRM et marketing automation), que la gestion des performances (points de vente et données syndiquées) ou les opérations (ERP, stocks et e-commerce).



Vitesse, performance et agilité opérationnelles

Réussir dans le secteur des CPG exige d'appliquer efficacement la technologie et les connaissances afin de s'adapter en permanence et de manière proactive à l'évolution des conditions et des besoins. L'innovation produit doit être stimulée et les bons produits fournis au bon endroit, au bon prix et au bon moment.

Le Master Data Management, vital pour les enseignes CPG

À mesure que les attentes des consommateurs évoluent, les marques traditionnelles sont confrontées à des concurrents de plus en plus diversifiés, qu'il s'agisse de marques de distributeur ou des marques D2C disruptives, natives du digital. Pour garder une longueur d'avance, elles doivent optimiser la valeur de leurs données pour accroître les performances, améliorer la collaboration avec les retailers et gagner la confiance et la loyauté des consommateurs.

Malheureusement, les données sur les produits, les clients et les fournisseurs sont souvent stockées dans différents silos de l'entreprise et sont donc souvent en double, inexacts ou obsolètes.

Outre la qualité des données, les CPG doivent également développer, gérer et assurer la visibilité et la transparence d'un éventail croissant d'attributs produit et d'actifs numériques. Cette visibilité est indispensable pour garantir le succès des opérations omnicanales dans le contexte de structures organisationnelles complexes.

Vendant leurs produits dans de très nombreux pays, les enseignes CPG produisent souvent de multiples variantes régionales pour répondre aux marchés et aux goûts locaux. Kellogg's, par exemple, produit dans 18 pays et vend dans plus de 180 pays.

La distribution à travers des milliers de points de vente, en ligne ou non, est tout aussi complexe. S'assurer de l'exactitude des informations produit dans toutes les langues l'est tout autant, de même que le respect des réglementations locales en matière de sécurité alimentaire et d'étiquetage.

Les solutions **MDM de Stibo Systems** permettent aux fabricants CPG de s'imposer dans cet environnement dynamique en connectant et en rassemblant les données de toute la chaîne de valeur de l'entreprise. Ils peuvent ainsi produire une seule source précise et unifiée de données fiables.



Aujourd'hui, les consommateurs exigent une plus grande transparence pour les produits alimentaires.

81% des acheteurs déclarent que la transparence est importante ou extrêmement importante pour eux, aujourd'hui plus que jamais¹

Le MDM multidomaine pour réussir dans le secteur des CPG



Construire une base pour des données fiables et de qualité

Les marques surveillent et améliorent constamment leurs produits. Elles lancent sans cesse de nouveaux produits sur les canaux traditionnels et digitaux. Ces canaux reposent tous sur l'accès et le partage de données cohérentes et de qualité. Le MDM permet de créer et de gérer une version unique et enrichie des informations et du contenu produit, ainsi qu'une vue à 360° des clients pour une expérience supérieure, plus personnalisée.



Assurer l'agilité opérationnelle, la transparence et la croissance

Le MDM aide les marques à s'adapter à l'évolution du marché. Grâce à une version unique et actualisée des données produit, elles peuvent réagir rapidement aux opportunités des différents canaux. Avec le MDM, elles peuvent combiner ces informations avec d'autres données dans un Digital Business Hub centralisé. Elles bénéficient alors de la transparence des données et disposent d'informations sur l'impact environnemental et la durabilité et/ou sur les valeurs nutritionnelles et l'origine des produits.



Accélérer la mise sur le marché, renforcer l'attrait de la marque et capturer des parts de marché.

Pour être compétitives et intéresser les consommateurs, les marques doivent intégrer rapidement des données précises et fiables issues de multiples systèmes, et les partager sur tous les canaux. Les solutions MDM de Stibo Systems leur permettent d'innover et de se démarquer, de gagner des clients et de stimuler la croissance en proposant le bon produit, au bon endroit et au bon moment.

Les avantages de la solution Multidomain MDM :

- **Suppression des silos de données** pour une vue unique et fiable des produits, des clients, et plus
- **Élimination des erreurs de saisie manuelle** et rationalisation des processus métier
- **Produits nouveaux, innovants** mis plus rapidement sur le marché
- **Fidélisation des clients aux produits et à la marque** grâce à des expériences personnalisées et attrayantes
- **Transparence de la chaîne d'approvisionnement** pour la sécurité et la conformité des produits, le partage de données nutritionnelles précises et pour répondre aux intérêts et aux besoins nouveaux et émergents des consommateurs
- **Exploitation d'informations issues de multiples sources** pour améliorer la prise de décision et gagner en rapidité et en agilité
- **Partage/syndication efficace des données** et meilleure collaboration avec les retailers et distributeurs clés



Une vue unique et fiable des produits, des clients, et plus

Construit sur une plateforme unique et transparente, Stibo Systems Multidomain MDM est connecté, flexible et évolutif, ce qui le rend idéal pour répondre aux besoins stratégiques et fonctionnels des enseignes CPG. Multidomain MDM fournit un point de vérité unique, sur 360°, des données stratégiques pour des systèmes, sources et domaines d'information disparates et précédemment cloisonnés.

Intégrer les données de nombreux domaines et accroître la visibilité



Des solutions agiles pour des défis dynamiques

Les enseignes CPG avaient jusqu'à présent recours à la gestion des informations produit (PIM) pour leurs besoins en données sur les produits. Aujourd'hui, elles ont besoin de plus. L'approche MDM multidomaine intégrée de Stibo Systems offre la flexibilité et la puissance nécessaires pour répondre aux besoins évolutifs de ce secteur très dynamique.



Transparence de la chaîne d'approvisionnement

L'intégration de données sur les produits et les fournisseurs permet de fournir aux consommateurs des informations sur l'origine des produits alimentaires, la durabilité, le commerce équitable, les produits biologiques, et bien plus. Cette intégration apporte également aux CPG une vue à 360° sur les fournisseurs, améliorant l'efficacité et accélérant la mise sur le marché grâce à la consolidation de systèmes redondants et à l'élimination des erreurs manuelles. La mise en place de sources d'approvisionnement alternatives pour les ingrédients critiques évite en outre de coûteuses interruptions.



Identifiant unique pour les articles/alignement sur GS1

L'exigence d'une mise sur le marché plus rapide rend les enseignes CPG plus dépendantes de l'échange de données propres et précises via GS1 et le GDSN (Global Data Synchronisation Network). Grâce au MDM, les enseignes CPG connectent efficacement les différentes divisions, marques et sites aux détaillants. Elles partagent et syndiquent les informations et le contenu produit, tout en éliminant les connexions manuelles inefficaces à des systèmes ERP vieillissants.



Différences régionales pour les réglementations

Les grandes enseignes CPG peuvent proposer des centaines, voire des milliers de produits sur 100 marchés ou plus. Dans ce contexte, la précision et l'étiquetage des données produit sont essentiels pour le respect de contrôles réglementaires en constante évolution. Dans l'UE, ces informations doivent inclure le pays d'origine, l'étiquetage des dangers, les déclarations relatives aux produits cosmétiques, etc. Le MDM permet de garantir la conformité au niveau du produit, de la catégorie et du pays, ce qui réduit les erreurs coûteuses et assure des relations de confiance.



Cas client | Kellogg's

L'objectif de Kellogg est de nourrir les familles afin qu'elles puissent s'épanouir et prospérer. L'entreprise a dû cependant relever un défi de taille : gérer les informations permettant d'aider ces familles à comprendre les valeurs nutritionnelles et les niveaux d'allergènes de ses produits.

Défis

- Pas de vision globale et unique des produits et des marques pour l'ensemble des canaux et des clients
- Ensemble complexe de données comprenant plus de 100 marques, 3 500 références, 4 500 recettes de consommateurs et alimentant plus de 400 sites web mondiaux
- Partage des données produit en aval avec retailers et consommateurs

Solution

Mise en œuvre de Product MDM afin de créer une source mondiale unique et fiable pour les données produit, les valeurs nutritionnelles, les recettes, les FAQ et les promotions



Avantages

- Une version unique de la vérité pour tous les produits, au niveau mondial, assurant la conformité avec la réglementation UE1169
- Meilleures précision et validation des informations produit et nutritionnelles
- Une expérience transparente de la marque, en ligne et hors ligne
- Introduction plus rapide de nouveaux produits et agilité

Engagement des clients à tous les niveaux avec le MDM

Les enseignes CPG doivent s'adapter pour conserver leurs clients lesquels adoptent de plus en plus les canaux en ligne et les marques D2C et de retailers non traditionnelles. Elles doivent offrir une expérience supérieure dans un écosystème de données client très complexe et en rapide évolution.

1

Engagez les retailers à leurs conditions

Une expérience client supérieure commence par la compréhension des exigences métier et techniques uniques de vos partenaires de retail, pour l'ensemble des divisions, sites et marchés. Répondre à ces exigences permet de créer une valeur collaborative grâce à des processus rationalisés, des expéditions optimisées, des promotions ciblées et de meilleures relations globales avec les revendeurs B2C et B2B.

2

Engagez aussi les consommateurs à leurs conditions

Les consommateurs attendent aujourd'hui beaucoup plus des marques. Plus vous en savez sur eux, plus vous gagnez leur confiance. Les CPG collectent les données de tous les points de contact possibles pour créer une expérience personnalisée. Regrouper ces données en un lieu centralisé leur permet de les transformer en informations exploitables qui créent de la valeur pour le client.

Avec Stibo Systems MDM, les enseignes CPG gagnent sur tous les fronts. Le MDM compare et fusionne les données de tous les systèmes et de toutes les sources en silos. Ces données peuvent ensuite être validées et enrichies via des ressources tierces. Le résultat est un enregistrement unique, précis et à jour pour chaque client direct et indirect de l'écosystème CPG. Outre une valeur optimisée pour le client, le MDM apporte aux enseignes CPG la capacité à gérer la gouvernance et à réduire les risques. Elles peuvent assurer la conformité avec les réglementations locales sur la confidentialité des données.





Le MDM apporte des résultats tangibles

En voici quelques exemples :

- **80 % de réduction** du délai de lancement des produits
- **Augmentation des informations sur les références** : 83 %
- **Augmentation du nombre de références** : 37 %
- **65 % d'économies** sur les traductions
- **Élimination de milliers de feuilles de calcul sur les données produit**
- **Amélioration du ROI** en accélérant la mise sur le marché avec l'intégration et la gestion massives de références
- **Vue unifiée des données client** pour davantage d'informations sur les clients et plus d'opportunités de croissance

80% des consommateurs sont plus susceptibles d'acheter auprès des marques offrant des expériences personnalisées². Avec le MDM, les marques peuvent offrir de telles expériences

Perspicacité, transparence et croissance avec un Digital Business Hub interconnecté

Accélérez la transformation digitale des CPG en connectant les données de référence avec des informations provenant de sources et de partenaires externes grâce à un Digital Business Hub alimenté par la solution Multidomain MDM. Exploitez ensuite ces données pour obtenir des informations uniques et différenciées sur les besoins émergents des consommateurs. Grâce à ce regroupement des données, stimulez l'innovation

et favorisez des expériences personnalisées et attrayantes. Créez la transparence pour l'entreprise et pour les données et assurez ainsi la conformité avec les normes sectorielles et les réglementations sur la confidentialité. Cette approche permet également de partager des données fiables à l'extérieur de l'organisation grâce à des workflows de syndication des données produit.

SYSTÈMES/PROCESSUS D'ENTREPRISE CLOISONNÉS



Établissez une version unique de la vérité Un Digital Business Hub génère une réelle valeur en orchestrant les processus et les données d'applications et de systèmes cloisonnés. Il apporte une intégration gouvernée, la transparence des données, mais aussi de nouveaux éclairages améliorant la différenciation et les prises de décision.

Innovation tout au long du cycle de vie des produits avec le MDM

Face à la disruption créée par les marques de distributeurs et les enseignes D2C, il est vital pour les CPG de créer de nouveaux produits. La réalisation de ces nouveaux produits exige une collaboration étroite entre les équipes de conception, merchandising, développement de produits et marketing. De nombreuses enseignes CPG utilisent la gestion traditionnelle du cycle de vie des produits pour diriger ce processus. Le potentiel de ce type de gestion s'avère cependant limité, car fonctionnant de manière isolée.

L'approche unique de Stibo Systems en matière de MDM et de développement de produits permet un retour sur investissement significatif. Avec le MDM, les données produit sont conservées dans un référentiel unique disponible pour toutes les équipes et tous les processus. Ces données couvrent les formules et les recettes, l'étiquetage, l'emballage, les spécifications, les informations sur les fournisseurs, la conformité et les réglementations.

Les défis des marques CPG

- Développer des variantes de produits pour de multiples marchés/clients.
- Identifier et combler les lacunes dans les gammes de produits
- Adapter et fournir des produits sur de nouveaux marchés.
- Exigences non cohérentes en matière de graphisme pour la marque/le marché
- Incohérence entre l'étiquetage et la formulation du produit
- Évaluation de l'impact des changements

Comment Stibo Systems peut vous aider

- Approche de bout en bout de la gestion de portefeuille
- Optimisation de la valeur et de la compétitivité de la marque
- Fidélisation des clients en leur proposant des produits avec un but
- Catalyseur d'innovation pour la gestion des processus et des données
- Mise sur le marché accélérée grâce à une meilleure collaboration.
- Support de la prise de décision/ croissance

Adopté par des enseignes CPG leaders, dans le monde entier

Lorsqu'il s'agit d'innover et de créer de la valeur à partir de données fiables, Stibo Systems est la société à laquelle les grandes marques CPG font confiance. Elles utilisent nos solutions pour les produits, les clients, les sites, les fournisseurs et toute une série d'autres domaines. Elles trouvent également un intérêt à faire partie de notre communauté de clients en ligne, où elles peuvent améliorer leur retour sur investissement. Les principaux clients du secteur des CPG :



La marque de confiance pour le Master Data Management

La fiabilité des données a toujours été déterminante pour le succès des CPG. Toutefois, aujourd'hui, la transparence exigée par les consommateurs en matière de données et de pratiques d'entreprise redéfinit ce concept. Les consommateurs veulent savoir d'où viennent les produits alimentaires et ce qu'ils contiennent. Ils veulent aussi connaître les réalisations des entreprises et des marques en matière d'environnement et de responsabilité sociale. Ils veulent avoir la visibilité sur la chaîne d'approvisionnement et connaître l'origine des produits. Ils veulent des informations sur la durabilité, sur les pratiques relatives à la main-d'œuvre et aux droits de l'homme, sur la sécurité, et bien plus.

Être une bonne entreprise citoyenne exige aujourd'hui bien plus que des promesses marketing. L'approche du Master Data Management doit être tout aussi transparente et digne de confiance.

Innovateur reconnu dans le domaine du MDM multidomaine, Stibo Systems possède une expérience approfondie grâce à laquelle des marques CPG prospèrent dans le monde entier. Avec notre écosystème Digital Business Hub, les entreprises regroupent leurs actifs de données les plus précieux (issus de multiples systèmes et domaines de données). Elles peuvent ensuite les distribuer à tous les utilisateurs et assurer leur transparence grâce à une version unique de données fiables, disponibles dans toute l'entreprise.

Pour en savoir plus sur notre approche unique du MDM pour le secteur des CPG, visitez <https://www.stibosystems.com/fr/industries/cpg>.

A propos de Stibo Systems

Stibo Systems, « The Master Data Management Company », est la source reconnue de solutions MDM. Des centaines d'entreprises innovantes, dans le monde entier, s'appuient sur nos solutions. Ces entreprises ont libéré la valeur stratégique de leurs données de référence. Elles peuvent ainsi améliorer l'expérience client, stimuler l'innovation et la croissance et créer les fondations essentielles à la transformation digitale. Stibo Systems apporte aux entreprises la transparence dont elles ont besoin, à savoir une vue unique et précise sur leurs données de référence. Elles peuvent ainsi prendre des décisions en toute connaissance de cause et réaliser leurs objectifs de croissance. Stibo Systems est une filiale du groupe Stibo A/S, fondé en 1794. Son siège social est situé à Aarhus, au Danemark. Pour plus d'informations, visitez stibosystems.com/fr.

¹ Food Industry Association/Label Insight, Transparency Trends: Omnichannel Grocery Shopping from the Consumer Perspective, 2020

² Forbes, Why online brands are leaning into hyper-personalization, Nov. 2019