

■ Kellogg améliore le parcours d'achat avec des informations fiables

Société :

Kellogg

Secteur d'activité :

Fabrication de produits alimentaires et de boissons

Région :

Amériques

Solution :

Product MDM



Défis

- Gestion d'un ensemble complexe de données comprenant plus de 100 marques, 3 500 références, 4 500 recettes et 9 000 images de produits, et alimentant plus de 400 sites web mondiaux
- Nécessité d'une vue globale unique de toutes les marques, sur tous les canaux, et pour tous les clients
- Conformité avec la réglementation UE1169 sur l'étiquetage des denrées alimentaires et avec d'autres réglementations
- Support des centres d'appels pour les produits et les promotions

Avantages

- **Une version unique de données fiables** pour tous les produits, au niveau mondial, assurant la conformité avec la réglementation UE1169
- Amélioration de la précision et de la validation des informations sur les produits et la nutrition
- Expérience de marque homogène en ligne et hors ligne
- Introduction plus rapide de nouveaux produits et agilité

Synthèse

Il y a plus de 100 ans, The Kellogg Company a transformé pour toujours l'instant du petit déjeuner quand W.K. Kellogg a lancé ses Kellogg's Corn Flakes. Aujourd'hui, Kellogg reste un leader de l'industrie alimentaire dans 180 pays.

Le portefeuille d'offres de la société compte plus de 100 marques et 1 600 produits alimentaires. Présente dans le monde entier, Kellogg fabrique ses produits dans 18 régions et les vend dans 180 pays.

L'entreprise souhaitait maintenir une vision unique de ses marques et de ses produits dans l'ensemble de l'organisation, pour des retailers et des consommateurs du monde entier. Ce projet tenait compte tenu de l'évolution des comportements d'achat et de la demande des consommateurs pour davantage d'informations nutritionnelles et d'étiquetage. La société devait également faire face à d'autres défis, tels que l'augmentation du nombre de catégories alimentaires et le renforcement des réglementations alimentaires.

Kellogg's

Solution

Pour que retailers et consommateurs puissent bénéficier d'une expérience de marque unifiée dans toutes les régions et sur tous les marchés, la société a lancé une initiative de marketing. Cette initiative avait deux objectifs. Elle visait d'une part à assurer la conformité avec la réglementation européenne EU1169. Elle était destinée d'autre part à unifier la marque du point de vue des produits, mais aussi au niveau mondial, afin d'offrir une expérience de marque homogène.

C'est ainsi que Kellogg a mis en place la solution MDM de Stibo Systems pour la gestion des informations produit. La société a ainsi créé une source unique et fiable d'informations sur les produits, la nutrition, les recettes destinées aux consommateurs, la FAQ et les promotions.

Résultat

Depuis la mise en œuvre de la solution de Stibo Systems, Kellogg a pu remplacer ses anciens systèmes, ses solutions maison et d'innombrables feuilles de calcul. Ils sont désormais capables d'organiser et de mieux contrôler leurs marques à l'échelle internationale. Ils collaborent facilement avec les agences de publicité. Ils assurent le support de leurs centres d'appels et ils ont amélioré la visibilité de l'ensemble des marques Kellogg.

La solution MDM alimente plus de 400 sites web mondiaux dans plus de 40 langues, dont le site de fidélisation Kellogg Family Rewards US. Des flux spécifiques sont destinés aux retailers, leur apportant des informations précises et récentes sur les produits et la nutrition.

Kellogg dans ce domaine garde une longueur d'avance. La société fournit en effet aux consommateurs, en ligne et en magasin, des informations nutritionnelles et allergènes sur ses produits. Les données des recettes produit ont été transférées de son système ERP vers la solution MDM. Kellogg a pu ainsi calculer et générer des étiquettes nutritionnelles utilisables tout au long du cycle de vie de ses produits. Kellogg a aussi commencé à publier ses produits sur le site de SmartLabel, une initiative de transparence dirigée par la Grocery Manufacturer's Association. Ce site fournit aux consommateurs des informations sur la nutrition et les ingrédients.



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.