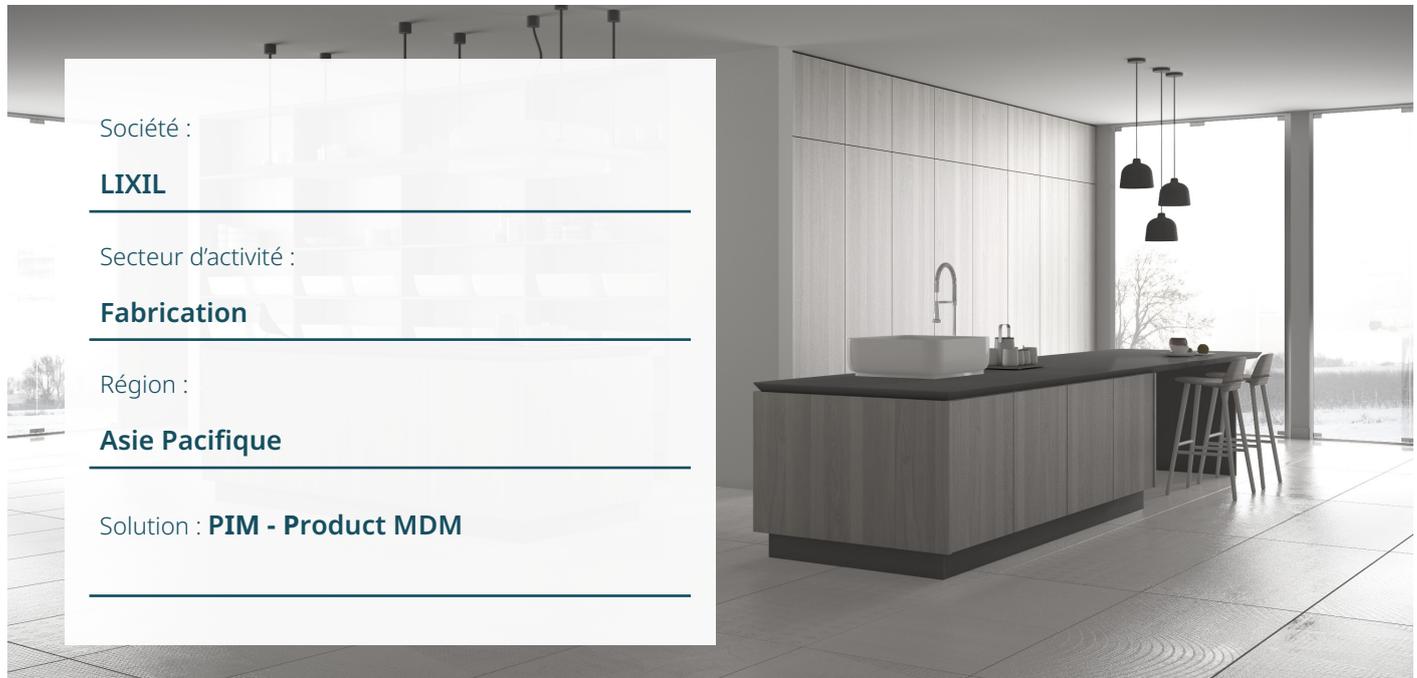


## ■ Trois marques, une seule expérience.

LIXIL préserve l'identité de sa marque et met en place une solution globale intégrant les processus et utilisant une stratégie de données centralisée.



Société :

**LIXIL**

Secteur d'activité :

**Fabrication**

Région :

**Asie Pacifique**

Solution : **PIM - Product MDM**

### Synthèse

#### Intégration des données après une fusion-acquisition

LIXIL est une organisation pesant 16 milliards de dollars, dont le siège social est situé à Tokyo, au Japon. Parmi ses activités mondiales, la région Asie-Pacifique est la plus diversifiée, tant sur le plan géographique que culturel. C'est également la seule région où toutes les activités et marques de LIXIL sont représentées et jouent un rôle actif. La région Asie Pacifique incarne le véritable esprit de LIXIL - une organisation mondiale, multiculturelle, aux multiples marques, avec un portefeuille de produits très varié.

À la suite de multiples acquisitions, il est devenu nécessaire de fusionner les différents ensembles de données produit. LIXIL devait en outre accélérer le chargement des données et leur transmission, sans faire appel à des ressources supplémentaires.

La solution de Stibo Systems lui a permis d'automatiser la gestion de ses données grâce à une stratégie de données centralisée. Les données produit des différentes marques sont désormais fusionnées selon le même format. Elles alimentent de façon cohérente les sites web et les catalogues de vente, à partir d'une source unique.

« Nous avons consolidé notre processus de création de données produit. Un seul workflow relie désormais la R&D, le marketing produit et les marques, au niveau régional et local », explique Khim Siang Lim, responsable digital.

### Les avantages pour l'entreprise

**De solides bases pour les données.** Solution d'entreprise pour une société internationale, la solution Product MDM permet à LIXIL de fonctionner avec agilité en ayant toute confiance en ses données. La société peut rapidement développer de nouveaux produits et partager des informations fiables avec tout canal de vente ou partenaire, quelle que soit la langue.

« Nos directeurs régionaux peuvent désormais consulter toutes les informations produit grâce à une seule recherche rapide et ils apprécient beaucoup » souligne Khim Siang Lim.

### L'expérience client

**Collecter une fois, utiliser partout.** Les responsables régionaux ont une vue d'ensemble claire des références vendues. Ils savent où elles sont vendues et lesquelles sont manquantes dans certains pays.

Il est facile de rechercher les informations produit associées, notamment les images et les actifs numériques. LIXIL a en outre créé un Digital Business Hub. Les actifs de données les plus importants y sont regroupés une seule fois puis distribués à tous les utilisateurs.

## Défi

À la suite de plusieurs fusions et acquisitions, LIXIL devait gérer toutes les données produit avec différents systèmes, d'où certaines difficultés.

Il devenait urgent de résoudre ce problème. LIXIL devait en effet utiliser trois formats de données différents et intégrer des informations produit provenant de sources différentes.

## Solution

La solution consolide les données produit des trois marques et utilise un seul format de données, tout en préservant la spécificité de chaque marque. LIXIL exploite les processus automatisés de la solution garantissant la qualité des données. Une plateforme ouverte permet l'intégration des sites web et des canaux de vente et facilite le partage des informations produit correctes.

## Résultat

Les données produit étant consolidées dans un hub de données central, LIXIL peut maintenant accélérer le traitement des données. Des fonctions d'automatisation, dont l'intégration et la validation intelligentes des données, suppriment les erreurs manuelles et augmentent l'efficacité opérationnelle.

Le résultat ? LIXIL est désormais une entreprise beaucoup plus agile, capable de présenter et d'intégrer les produits de conception intelligente auxquels elle doit sa renommée.

## Futur

LIXIL peut s'appuyer sur des données accessibles et de haute qualité qui vont faciliter sa croissance et optimiser les opérations sur les données.

La capacité à acquérir davantage de données, provenant de sources multiples, va augmenter l'efficacité du traitement des données. Dès qu'un nouveau modèle est lancé, LIXIL est aujourd'hui en bien meilleure position pour ajuster et étoffer son portefeuille de produits.

Product MDM soutient le capital de marque (Brand equity) de LIXIL et pose les bases de son expansion. La société peut désormais assurer l'acquisition de marques internationales, l'élargissement de son catalogue de produits et la gestion de plusieurs projets de création simultanés.

Le contrôle des principaux actifs de données de l'entreprise permet à la direction de prendre de meilleures décisions.

“ La consolidation des données produit des trois marques en un seul système nous permet d'envisager l'avenir avec sérénité ».

—Khim Siang Lim, Responsable digital, LIXIL APAC



## A propos de Stibo Systemes

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](https://stibosystems.com/fr).