

■ Marks & Spencer se mondialise avec Stibo Systems



Société :

Marks & Spencer

Secteur d'activité :

Retail

Région :

Europe

Solution :

PIM / Product MDM

Synthèse

Aucun magasin ne sera jamais aussi britannique que Marks & Spencer (M&S). Fondé en 1884 et omniprésent en centre-ville depuis lors, M&S emploie aujourd'hui plus de 80 000 personnes dans 852 magasins répartis dans le monde entier. M&S est devenu le lieu incontournable de générations d'acheteurs à la recherche de produits un peu plus élégants ou luxueux. 57 % de son chiffre d'affaires (10,3 milliards £) est généré par le secteur Produits alimentaires et 43 % par le secteur Habillement.

M&S dispose désormais d'une source unique de données produit et de processus automatisés pour le lancement des produits sur son site web. Le groupe utilise un système qui génère moins d'erreurs que les processus manuels et permet une mise sur le marché beaucoup plus rapide.

Les avantages pour l'entreprise

« Product MDM nous a permis d'adapter notre gamme de produits à chaque pays », explique Alison Taylor, consultante fonctionnelle au sein du groupe d'informations produit de M&S. « C'est important pour nous, car nous vendons au Royaume-Uni des produits que nous ne sommes pas autorisés à vendre dans d'autres pays. Il arrive aussi que la vente de ces produits pose problème ou bien que ces produits ne soient tout simplement pas rentables à cause des coûts d'expédition ».

L'expérience client

Moins de six mois après le lancement du site web britannique, le déploiement international de Product MDM a eu lieu pour soutenir les huit sites internationaux de M&S, disponibles en cinq langues. M&S a alors commencé à utiliser un seul système pour toutes ses données produit, et non deux, ce qui lui a permis de gagner en efficacité grâce à un processus considérablement simplifié.

Défi

Très connu et apprécié dans les centres-villes britanniques, M&S est également un acteur majeur du retail international. La société compte 480 magasins internationaux répartis sur 59 territoires et représentant 1,1 milliard de livres sterling, soit près d'un dixième de son chiffre d'affaires. Les canaux numériques génèrent quant à eux un chiffre d'affaires de 800 millions de livres sterling. M&S se concentre donc sur la consolidation de sa position de retailer international majeur, opérant en multicanal.

Le site web de la société compte plus de sept millions d'utilisateurs enregistrés. Le défi consistait à migrer vers le nouveau site web à partir du système précédent, basé sur Amazon. Cette migration ne devait pas entraîner de pertes d'utilisateurs ni de ventes. Elle devait en outre permettre à M&S de continuer à assurer le suivi des 20 000 produits proposés. De plus, le personnel des magasins utilisant des tablettes et les clients utilisant des applications mobiles, ce site web renouvelé se devait de fonctionner pour tous, dans tous les pays.

Solution

« Une nouvelle solution PIM nous a permis de résoudre certains des problèmes relatifs à nos informations produit », explique Rebecca Chamberlain, de l'équipe Développement de M&S.com. « Nous avons des problèmes avec la qualité des données et beaucoup de saisie en double. Grâce aux attributs structurés de Product MDM, nous avons pu obtenir des données plus cohérentes, ainsi qu'une réduction très importante de toutes ces saisies manuelles ».

M&S a commencé à utiliser la solution Product MDM de Stibo Systems un an avant le lancement de son nouveau site web. Il était en effet nécessaire d'ajouter des attributs PIM aux 20 000 produits présentés sur l'ancien site. Ces produits devaient en outre être intégrés aux nouvelles hiérarchies de vente. Cette situation a donné lieu à une période de double fonctionnement : une équipe ajoutait des centaines de produits chaque semaine sur le nouveau site web, tandis qu'une autre continuait à assurer les ventes. « Nous avons également utilisé la fonctionnalité de workflow de la solution lors du lancement du site web », souligne Rebecca Chamberlain. « En concevant le workflow pour gérer l'enrichissement et la publication des produits sur nos canaux de vente, Product MDM nous a apporté à la fois efficacité et contrôle ».

Avec Product MDM comme source de toutes les données produit du e-commerce, les informations produit sont apparues de manière cohérente. Et ce, malgré l'utilisation de 585 attributs produit différents destinés à couvrir la totalité de l'inventaire de M&S. Des règles métier empêchent désormais l'apparition de données incohérentes. Par exemple, les informations sur les vêtements ne peuvent être mises en ligne que lorsque toutes les tailles sont pourvues de libellés appropriés pour l'information des consommateurs.

La totalité du contenu est gérée en anglais, mais les hiérarchies de vente signalent automatiquement les produits vendus à l'international. Seul le texte de ces produits est transmis à un sous-traitant externe pour traduction. Ces informations apparaissent ensuite sur les sites internationaux 24 à 48 heures après leur publication au Royaume-Uni.

« Product MDM fait désormais partie intégrante de la mise en ligne des produits sur notre site web », explique Rebecca Chamberlain. Une seule source de données bien gérée et une automatisation accrue ont abouti à un système avec moins d'erreurs de saisie. Le temps nécessaire à la publication des informations produit sur le site web de M&S est en outre considérablement réduit. »

“ En concevant le workflow pour gérer l'enrichissement et la publication des produits sur nos canaux de vente, Product MDM nous a apporté à la fois efficacité et contrôle ».

— Rebecca Chamberlain, Responsable produit – Product information, M&S.com Development



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.