

Délai de mise sur le marché des produits réduit de 60 %

Contexte

Office Depot propose une grande variété de fournitures de bureau et de services aux entreprises, ainsi qu'aux particuliers, dans 56 pays via un réseau constitué de 1800 magasins, de sites web et de structures commerciales. En Europe, son réseau couvre 13 pays à travers ses deux marques phares - Office Depot et Viking, complété par des magasins de détail en France et en Suède. Ses offres étendues vont du matériel informatique et du mobilier de bureau, aux services de documents et aux consommables courants tels que stylos, papier ou cartouches d'imprimante.

Ses ventes avoisinent 14 milliards d'Euros, avec des effectifs d'environ 56 000 personnes.

Défis

Malgré les efforts fournis pour offrir les meilleures solutions pour les environnements de travail en évolution constante des clients, Office Depot a constaté en 2009 que son propre écosystème changeait à un rythme effréné. En effet, les clients demandaient des informations sur les produits toujours plus détaillées et précises. Face à cette nouvelle tendance, la société a dû admettre que les données provenant des nombreux services ou des fournisseurs tiers manquaient de cohérence.

Norbert Donders, directeur de la gestion des données produit chez Office Depot, explique : « Les services responsables de nos publications et du merchandising passaient trop de temps à catégoriser les produits. Nous aurions plutôt dû nous concentrer sur la vente de nos produits, notre travail ne semblait parfois se limiter qu'au traitement des données. »

INFORMATIONS

Office Depot
www.officedepot.eu

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Solutions pour l'environnement de travail

DÉFIS

- ◆ Aucune cohérence interne des informations produit
- ◆ Temps excessif consacré par le personnel à la saisie des données produit
- ◆ Délai de mise sur le marché des nouveaux produits trop long
- ◆ Demandes d'information détaillées des clients pas toujours honorées

SOLUTION

- ◆ Le déploiement de la solution de gestion des données de référence (MDM) STEP de Stibo Systems a créé un environnement dans lequel les données ne sont saisies qu'une seule fois et dans le bon format, quelle que soit la source.

AVANTAGES

- ◆ Délai de mise sur le marché des nouveaux produits réduit de 60 %
- ◆ Diminution des possibilités d'erreurs de saisie
- ◆ Ajout aisé de toutes autres données client à l'environnement MDM (Master Data Management).

Solution

Il avait été constaté que de nombreuses personnes consacraient beaucoup trop de temps à normaliser les données produit, et que cela impactait le délai de mise sur le marché des nouveaux produits. Pour palier à cela, Office Depot a souhaité mettre en place un processus plus rationalisé pour gérer ses données de référence et a opté pour une approche MDM. La solution STEP de Stibo Systems offrait la flexibilité et le gain de temps, ainsi que les possibilités de gouvernance des données dont Office Depot avait besoin. En commençant par un pays, une région et un canal, l'entreprise a identifié les données clés sur les produits, clients et lieux, qu'elle a stockées dans un référentiel central pour alimenter ses autres systèmes, dont son progiciel ERP.

Elle a établi un inventaire de directives pour garantir que chaque service sache exactement quelles informations fournir, qui est responsable de la cohérence et de la fiabilité de quelles données et comment le tout doit être combiné. Par exemple, le service de Norbert Donders s'occupe en particulier des nouveaux types de données et des relations entre elles, alors qu'un autre service est responsable des données opérationnelles.

« La gestion des données de référence ne relève pas du service informatique, mais de la responsabilité de toute l'entreprise. La solution STEP joue un rôle de fournisseur d'information au sein de l'entreprise. »

Norbert Donders

Directeur de la gestion des données produit, Office Depot

Résultats

Une fois les bases établies, l'équipe MDM a pu mettre en ligne plus de données. Norbert Donders déclare : « Avec nos anciennes pratiques, un tel processus aurait engendré bien plus de travail. Maintenant que nous avons créé une structure et des outils, nous ne configurons les données produit qu'une seule fois. »

Pour garantir une meilleure cohérence entre les données, même entre celles fournies par des tiers, Office Depot a également adopté des courtiers en données. Norbert Donders précise : « Ce choix présente des avantages et des inconvénients, car les données deviennent disponibles pour nos concurrents, d'où logiquement une certaine perte de contrôle. Toutefois, il nous permet de fournir les données adéquates à nos clients. En outre, le courtier organise les données, et nous pouvons donc nous concentrer sur leur publication en ligne. La solution est avantgeuse également pour nos fournisseurs, car ils ne doivent communiquer les données qu'à un seul tiers et non à une multitude de revendeurs. »

En veillant à renseigner les critères avec exactitude, Office Depot crée une référence absolue (ou donnée maître) pour toutes les données dans le système MDM, quelle que soit leur origine. La méthodologie mise en œuvre garantit le maintien de la cohérence entre tous les canaux et les pays.

« Aujourd'hui, le résultat obtenu est un gain d'efficacité incroyable. En déployant un système de gestion de contenu alimenté en données par la solution MDM STEP, nous pouvons développer notre catalogue en ligne bien plus rapidement. De plus, l'utilisation de données de référence améliore nos fonctions de recherche en ligne. Nos clients peuvent de ce fait trouver les produits souhaités plus facilement, ce qui génère une baisse importante du taux d'abandon prématuré des recherches. Nos sites Web étant alimentés par les données de la solution STEP et non plus par une source manuelle, nous avons également réussi à réduire le nombre d'erreurs », conclut Norbert Donders.

À propos de Stibo Systems

Stibo Systems est leader indépendant mondial dans les solutions multi-domaine de gestion des données de référence (PIM-MDM). Des grands noms du marché ont fait confiance à Stibo Systems pour mettre en place une cohérence cross-canal en choisissant STEP pour intégrer leurs informations produit, client, fournisseur et d'autres données organisationnelles. Cela leur permet d'être plus pertinents dans leur prise de décisions, d'optimiser leurs activités commerciales et de créer de la valeur.

Depuis 30 ans, Stibo Systems aide des centaines de clients à développer une source d'information stratégique unique et fiable. Filiale de Stibo A/S, groupe privé fondé en 1974, basé à Aarhus, au Danemark, Stibo Systems est reconnu par les analystes comme le « leader indépendant du MDM produit au niveau mondial » (Gartner) et le « N°1 en termes de satisfaction client » (Ventana).

Pour plus d'informations, visitez www.stibosystems.fr

