

BearingPoint®

Un fabricant mondial de produits exclusifs améliore son efficacité en réinventant son modèle de données produits

Grâce à la flexibilité de son nouveau modèle de données, ce fabricant mondial d'articles de luxe réuni, en un seul et même lieu, toutes ses informations produits, les rendant accessibles à l'ensemble de ses métiers et entités à l'international. Le groupe gagne ainsi en efficacité, facilite la mise à jour en temps réel de ses données produits et améliore l'expérience client.

Un besoin de transparence des données produit sur toute la chaîne de valeur

Notre client, fabricant mondial d'articles exclusifs, s'est engagé dans une transformation digitale d'ampleur pour mieux répondre aux demandes de ses clients. L'un des grands enjeux de cette transformation était la gestion de l'ensemble des données produits en un même lieu et leur facilité d'accès pour tous les sites de production, entités et magasins.

Le client voulait rendre possible des échanges transversaux de données à la fois en amont, c'est-à-dire pour les activités de fabrication, et, en aval, pour le réseau de distribution des produits. Pour y parvenir, il devait actualiser et harmoniser de nombreux systèmes informatiques, améliorer la qualité des données en contrôlant le remplissage des champs et en éliminant les doublons et, en même temps, augmenter l'efficacité en réduisant la charge des activités manuelles.

Modéliser les données produit tout en prenant en compte les spécificités des différents métiers

BearingPoint a travaillé avec le client à la conception d'un modèle de données flexible permettant d'intégrer l'ensemble des spécificités métier tout en maintenant un modèle unique. L'approche a consisté en la création d'un modèle de données à trois niveaux. Le premier niveau regroupe les attributs communs de tous les produits, tels que la couleur et la taille, pour l'ensemble des divisions et fonctions. Le deuxième niveau intègre des caractéristiques plus spécifiques aux produits comme le mode d'utilisation d'un produit par exemple. Enfin, le troisième niveau est dédié à la sélection des données propres à certaines divisions et fonctions.

Les données (issues de systèmes sources ou de fichiers) ont ensuite été nettoyées et intégrées dans l'outil de gestion des données produits du client. La solution est déployée par vagues successives sur la base du modèle conçu et couvre aujourd'hui la plupart des domaines d'activité de l'entreprise représentant ainsi plus de 90 % de son chiffre d'affaires. La prochaine étape consiste à déployer la solution au sein des activités retail.

Rendre le modèle de données intelligent pour atteindre les objectifs de l'entreprise

Notre fabricant d'articles de luxe dispose désormais d'un point de vérité unique pour gérer ses informations produit, et permet un accès simple et facile aux données pour l'ensemble de ses divisions et canaux à l'échelle du monde entier. La nouvelle solution permet un partage transversal des informations entre les métiers et les pays, améliore la qualité des données en continu et garantit une cohérence d'ensemble. Elle permet également de réduire les risques associés aux transactions transnationales, en favorisant la transparence sur la gestion des informations critiques tout en prenant en compte les réglementations locales ainsi que les besoins de traduction.

La société a ainsi optimisé ses coûts grâce à une meilleure exploitation de ses données favorisant la gestion des niveaux de stocks, ou encore ses prévisions de transport et de livraison des produits. Le traitement automatique des données minimise les risques d'erreur humaine et réduit nettement le temps nécessaire à la saisie des données, d'où une plus grande productivité. Plus de 20 gestionnaires de données dédiés ont été recrutés pour assurer la bonne gestion des données produit au sein des entités et former de manière régulière l'ensemble des utilisateurs de la nouvelle solution.

Enfin, la flexibilité et la modularité du modèle de données permettent une adaptation rapide de la solution aux attentes du marché, une simplification de la navigation sur le site ecommerce et l'intégration d'autres fonctions digitales à venir pour améliorer l'expérience client.

Contact

Pour plus d'information, merci de contacter Marc Sulmona, Partner à marc.sulmona@bearingpoint.com.