

Truffaut rationalise la gestion de son catalogue produits avec la solution MDM* d'IBM

* *Master Data Management (Gestion des données de référence)*

Aperçu

L'enjeu pour Truffaut

Améliorer la gestion de ses 45 000 références produits pour industrialiser la vente en ligne sur truffaut.com.

La solution

- Constitution d'une base de données produits unique et homogène gérée par IBM InfoSphere MDM Server for Product Information Management.
- Solution interfacée avec SAP.

Les bénéfices

Une gestion rationalisée et automatisée du catalogue produits servant l'e-commerce mais aussi l'éditique et le catalogue interne :

- Publication automatique, sur différents canaux, des informations produits issues du système de gestion des données MDM.
 - Gains de productivité.
 - Génération d'un catalogue de qualité.
 - Processus de validation optimisé grâce au workflow.
 - Gestion plus fine des gammes de produits.
-

Numéro un des jardineries en France avec 55 magasins, 10 millions de clients par an et un chiffre d'affaires de 410 millions € en 2010, Truffaut propose un choix de produits très large dans trois domaines : le jardin, l'animalerie et la maison. La richesse de son offre place Truffaut à la tête d'un patrimoine d'informations considérable beaucoup mieux valorisé et exploité depuis la mise en œuvre, début 2010, d'InfoSphere Master Data Management Server for Product Information Management. La solution IBM de gestion des données de référence est aujourd'hui un composant stratégique du système d'information de l'entreprise.

Le Master Data Management, pré-requis du e-commerce

C'est en travaillant à l'intégration du e-commerce au site www.truffaut.com que Didier Girodeau, Directeur des systèmes d'information de Truffaut, a pris conscience de l'intérêt majeur du MDM : « *En étudiant les grandes briques logicielles nécessaires à la mise en œuvre d'un e-commerce industrialisé, j'ai compris que le MDM était la brique de base sur laquelle construire notre projet. Cet outil devait nous permettre de disposer d'une seule base de données articles, pré-requis d'un projet de vente en ligne.* »

Auparavant dispersée dans des fichiers Excel, Word ou autres et maintenue de façon hétérogène par divers propriétaires, l'information produits relative à 45 000 articles est à présent rassemblée dans un référentiel unique. Elle est gérée par InfoSphere MDM Server for PIM, lui-même interfacé avec SAP et la médiathèque.

Cette solution a été recommandée à Truffaut par Edifixio, cabinet de conseil et d'intégration, partenaire d'IBM, qui a également contribué à sa mise en œuvre avec le soutien d'IBM Global Business Services, et assuré le transfert de compétences. « *Nous avons retenu la solution IBM pour trois raisons : la possibilité de classer les articles selon de multiples hiérarchies et donc d'utiliser la même information dans différents domaines, la liberté de créer des attributs en fonction des familles de produits que nous commercialisons, et la commodité apportée par le workflow pour gérer les validations* », explique le DSI de Truffaut.

Gains de productivité et bénéfices qualitatifs

Chez Truffaut, le MDM est positionné en aval du système d'information. Tous les articles sont issus des nomenclatures SAP et les descriptions enrichies d'un point de vue commercial dans le MDM comme le précise Didier Girodeau : « *Nos fournisseurs sont tenus de nous fournir les attributs liés à chaque article comme la couleur, la matière ou les dimensions. Pour assurer la cohérence du référentiel et du processus de gestion des données, nous avons imposé*



“En étudiant les grandes briques logicielles nécessaires à la mise en œuvre d’un e-commerce industrialisé, j’ai compris que le MDM était la brique de base sur laquelle construire notre projet.”

– Didier Girodeau, Directeur des systèmes d’information de Truffaut

un format unique de fichier pour toutes les gammes de produits.

Quand l’article est correctement décrit dans le MDM et les données validées, l’information est publiée automatiquement sur le site.»

Avec ce nouveau mode de gestion de l’information produits, Truffaut optimise également l’édition (édition de l’étiquetage en magasin) et l’exploitation du catalogue en interne.

Outre les gains de productivité dus à la mise à jour automatique de plusieurs centaines d’articles par jour sur truffaut.com et autres canaux – une opération auparavant effectuée manuellement –, Didier Girodeau voit surtout dans la mise en œuvre du MDM d’IBM des bénéfices qualitatifs :

- Le patrimoine « articles » est organisé en une seule base de données homogène.
- La description détaillée de tous les articles, associée à un processus de validation rigoureux, génère un catalogue produits de qualité.
- Les chefs de produit gèrent l’évolution de leurs gammes au travers d’attributs précis (par exemple, les cages en fer, bois ou verre et non plus la famille « cages » dans sa globalité).

La solution Master Data Management d’IBM ouvre aussi la voie à d’autres applications comme l’installation de bornes interactives dans les points de vente.



© Copyright IBM Corporation 2011

Compagnie IBM France
17, avenue de l’Europe
92275 BOIS COLOMBES CEDEX

Tél. : 0810 011 810 - ibm.com/fr

IBM, le logo IBM, sont des marques de International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans les autres pays. Les autres noms utilisés pour désigner des sociétés, des produits ou des services sont des marques ayant leur titulaire respectif. Le présent document peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services IBM non annoncés dans ce pays. Cela ne signifie pas qu’IBM ait l’intention de les y annoncer. Toute référence à un produit, logiciel ou service IBM n’implique pas que seul ce produit, logiciel ou service puisse être utilisé. Tout élément fonctionnellement équivalent peut être utilisé s’il n’enfreint aucun droit d’IBM. Ce témoignage montre l’utilisation faite par un client d’IBM des technologies/services d’IBM et/ou des Partenaires Commerciaux. De nombreux facteurs ont contribué aux résultats et bénéfices décrits. IBM ne garantit pas des résultats comparables dans tous les cas de figure. Toutes les informations mentionnées ici ont été fournies par le client et/ou par le Partenaire commercial. IBM ne garantit pas l’exactitude de ces informations.

Crédit photo: Truffaut

1^{er} trimestre 2011

© Copyright IBM Corporation 2011 - Tous droits réservés