



SUPPLY & STORE

Store Identity

Réallocation de stock

grain^{de}
malice

APPROCHE



Clustering des magasins sur une base multicritères (performance commerciale, clients, collections, concurrence, zone de chalandise...)



Identifier les critères discriminants de chaque cluster pour en définir un profil



Déploiement et mesure des use cases sur un ensemble de magasins pilotes

CONTEXTE / OBJECTIF

Clustering des magasins pour :



Eviter les ruptures de stock



Adapter les quantités à implanter en fonction de la collection et des magasins



Exploiter le potentiel du e-commerce pour améliorer le taux d'écoulement des produits

CHALLENGES

Principaux enjeux projet :



Confirmer/infirmar les “croyances”



Optimiser les collections des magasins “atypiques”



Identifier les use cases et leur déploiement

BÉNÉFICES & RÉALISATIONS



Élargir le spectre d'étude des quantités d'implantation en fonction de nouveaux critères (degré de mode, profil clientes, zone de chalandise....)



Renforcer les stocks des magasins “fleurons” sur les produits “indispensables” quand le contexte concurrentiel est fort pour éviter les ruptures



Réallouer les stocks des produits “éphémères” en fonction de leur meilleur potentiel d'écoulement (y compris sur le e-commerce)

+45k

Pièces écoulées

-1 pt

ruptures

165

magasins

5

clusters

6

Data domains



Magasins



Produits



Clients



Zone
chalandise



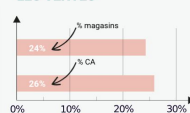
Concurrence



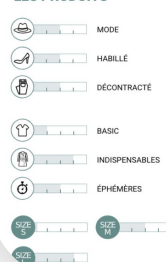
Stock

Temps projet
3 mois

LES VENTES

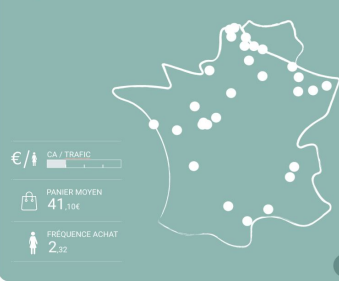


LES PRODUITS



Les fleurons

Magasin plutôt de centre commercial avec un fort potentiel de chiffre d'affaire. Il est situé dans une zone de chalandise moyenne mais avec un fort trafic et de la concurrence. La cliente est attirée par l'ensemble des typologie produits mais a une appétence plus forte que la moyenne sur les indispensables.



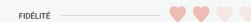
LES MAGASINS

SURFACE DE VENTE 155 m²



LES CLIENTES

ÂGE 50 ANS



TAUX DE RECRUTEMENT

Technologies



David Baillier

Directeur Supply Chain
Grain de Malice

“Store identity a permis à Grain de malice d'affiner son analyse sur son allocation de stock omnicanal en élargissant son spectre d'actions (en incluant les axes client, environnement magasin, en approfondissant nos réflexions sur les produits ...). Nous avons également confirmé certaines de nos convictions fortes au sein de l'entreprise, comme celle de mettre 100% de la largeur d'offre dans 100% du réseau. Ce projet a été très important pour nous pour continuer à avancer !!”





SUPPLY & STORE

Dashboard & analyses RFID

Enseigne de prêt-à-porter masculin

CONTEXTE

Déploiement d'un système RFID pour :



Améliorer le pilotage et la traçabilité des stocks magasin/entrepôt



Simplifier les processus magasin tels que les inventaires ou l'encaissement



Offrir aux clients de nouveaux services tels que la consultation en ligne et en temps réel des stocks magasin

CHALLENGES

Principaux enjeux projet :



Estimer les bénéfices business apportés par la mise en place du RFID



Suivre l'adoption, par les équipes magasins et entrepôts, des nouveaux process RFID



Accompagner la bascule entre l'ancien système de stock et le nouveau avec RFID

APPROACH



Mesurer l'évolution des KPIs impactés par le RFID telle que la diminution des ventes perdues



Créer des dashboards à destination des responsables réseau et magasin afin de piloter l'adoption des nouveaux gestes métier RFID



Analyser et expliquer les écarts de stock entre l'ancien et le nouveau système désormais basé sur les comptages RFID

INSIGHTS & VALUES



Mesure et optimisation des ROIs générés par le système RFID, au global et par magasin



Accélération de l'adoption du RFID en magasin et en entrepôts grâce à des équipes accompagnées individuellement



Réduction du temps de bascule entre l'ancien et le nouveau système

Up to
99%
Stock Accuracy

Project Risk
2x
lower

Change Management
3x
faster

100M
De mouvements de stock par an



Stocks

3

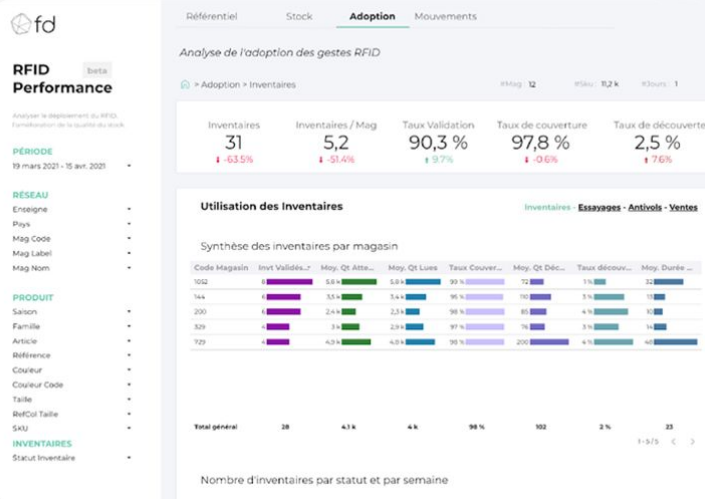
Data domains



Stores



Products



330

Nombre d'utilisateurs cible

Temps projet
6 mois

Technologies



Partner





SUPPLY & STORE

Store Companion

Enseigne de prêt-à-porter féminin

CONTEXTE / OBJECTIF



Rendre la donnée disponible aux utilisateurs via un outil visuel simple d'utilisation et rapide



Pouvoir se comparer facilement à un magasin référent, sa région sur une grande variété de KPI (vente, CRM, trafic...)



Simplifier les rituels de management grâce à une présentation claire mettant en exergue les faits marquants

CHALLENGES



Mise en place d'un outil de dataviz adapté aux besoins des utilisateurs



Concentrer en un seul outil l'ensemble des indicateurs sur une grande variété des mailles d'analyse (hiérarchies réseau, filtres, comparabilité)



Fournir des chiffres validés par le contrôle de gestion

APPROACH



Valider la qualité des données en amont



Bien appréhender le besoin pour proposer la meilleure expérience utilisateur



Bien définir le périmètre du projet et le public d'utilisateurs ciblés par l'outil

INSIGHTS & VALUES



Interactivité totale :
période,
magasin référent,
choix de KPI...
Cartographie



Accès aux données à
tout instant et n'importe
où (mobile) sans être
tributaire d'envois
programmés
de rapports



Les resp. régionaux
n'ont plus à
solliciter le contrôle
de gestion pour
avoir leurs KPIs
de pilotage

+20%
gains de productivité

1 app mobile
+ desktop
vs 12 rapports
statiques

3 historique
de données
ans
en like for like

 **250**
magasins



Trafic

3

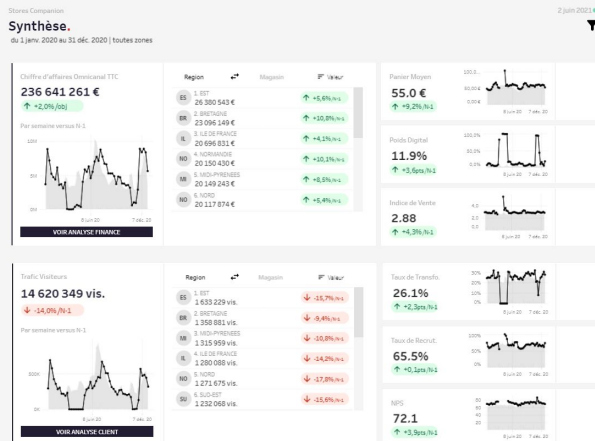
Data domains



CRM



Ventes



 **85**
utilisateurs

Temps projet
3 mois

Technologies

