



Boulangier valorise l'information produits grâce à la solution MDM* d'IBM

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

Aperçu

L'enjeu pour Boulanger

Apporter une information produits cohérente et de qualité à ses clients – professionnels et particuliers – quel que soit le canal de distribution.

La solution

- Constitution d'un référentiel unique géré par IBM InfoSphere MDM Server for Product Information Management.
- Solution interfacée avec SAP.

Les bénéfices

Une vue unique et fiable des informations produits, créatrice de valeur ajoutée dans le cadre d'une stratégie multicanal :

- Pour les clients : une information produits cohérente, une aide à la compréhension des usages des produits et à la décision d'achat.
 - Pour l'entreprise : des processus de documentation des produits simplifiés, un mode de gestion des données qui contribue au positionnement « conseil » de Boulanger, un enrichissement de l'information sur l'ensemble des produits.
-

TV, son, micro-informatique, tablettes, photo, vidéo, téléphonie, électroménager, accessoires... Dans ses 130 magasins et sur son site marchand, Boulanger propose un catalogue de 20000 références actives avec la volonté affichée d'aider ses clients à bien choisir leurs produits. Ce qui signifie apporter une information fiable et complète quel que soit le circuit de commercialisation. Pour gérer cette information produits, Boulanger s'appuie depuis plusieurs années sur la solution IBM de gestion des données de référence : InfoSphere Master Data Management Server for Product Information Management.

La solution MDM d'IBM en support de la stratégie multicanal

Ce mode de gestion des données est d'autant plus important que l'entreprise fait partie du HTM Group (High Tech Multicanal Group), créé en 2007 par la famille Mulliez dans la perspective de déployer, sur le marché français des produits électrodomestiques, une stratégie multicanal offensive. Parmi les autres sociétés du groupe figurent notamment Electro Dépôt, Webdistrib.com, des prestataires de services (aide à l'installation et à l'utilisation des nouvelles technologies) et, depuis peu, le réseau des magasins Saturn.

« Dans ce contexte, explique Olivier Berrod, responsable du pôle Nouvelles technologies et Internet à la direction des Etudes informatiques de Boulanger, la principale enseigne du groupe qu'est Boulanger se doit de fournir une information produits de qualité et cohérente à travers tous les canaux, aujourd'hui les magasins traditionnels, le site web ou les terminaux mobiles, tous les supports de communication, à savoir les catalogues papier, le mail ou les bornes interactives, mais aussi les vendeurs qui doivent rester dans la même logique. La solution MDM d'IBM le permet. »

Interfacée avec le progiciel SAP, la gestion des données de référence a permis la constitution d'un référentiel commun portant sur 200000 produits sur un historique de 5 ans. « Ce laps de temps correspond à la durée admise de conservation des produits par les utilisateurs », précise Olivier Berrod.

La gestion des données de référence comme avantage concurrentiel

Fini l'éclatement des bases de données entre les sociétés voire entre les services qui créait des divergences et parfois des incohérences dans la présentation de l'offre. Aujourd'hui, l'information est structurée, complète et à jour grâce à des modèles de données évolutifs, à des processus d'enrichissement (images, vidéos, rich media...) adaptés et à des flux collaboratifs qui permettent, en particulier, de pré-intégrer automatiquement les informations en provenance des fournisseurs. Et même de donner accès à des gammes de produits au-delà du référencement Boulanger.



«Boulangier se doit de fournir une information produits de qualité et cohérente à travers tous les canaux, aujourd'hui les magasins traditionnels, le site web ou les terminaux mobiles, tous les supports de communication, à savoir les catalogues papier, le mail ou les bornes interactives, mais aussi les vendeurs qui doivent rester dans la même logique. La solution MDM d'IBM le permet.»

– Olivier Berrod,
Responsable du pôle Nouvelles technologies
et Internet à la direction des Etudes informatiques
de Boulanger

Pour Olivier Berrod, non seulement la solution IBM fait gagner un temps considérable dans le traitement de l'information mais cette méthode contribue efficacement au positionnement de Boulanger: «*Nous cherchons à proposer à nos clients des solutions à leurs besoins et à leur apporter les meilleurs conseils en fonction de l'usage qu'ils en font. Par exemple, donner sur le site web les règles de compatibilité entre tel et tel produit technologique. Ou encore, sur les étiquettes, transformer une caractéristique technique – une carte de 2 Go, par exemple – en une caractéristique d'utilisation : une capacité de stockage de 200 000 photos ou 1 000 vidéos est plus parlant pour l'utilisateur. Seule une information fiable et exhaustive le permet tout en différenciant le discours selon que le client est un professionnel ou un particulier.*»

Face à un marché très segmenté et à l'évolution rapide de la technologie, c'est un avantage concurrentiel que Boulanger compte exploiter de plus en plus à l'avenir.



IBM

© 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: Boulanger

3^{ème} trimestre 2011

© Copyright IBM Corporation 2011 - Tous droits réservés
