

logiciels **WebSphere**

IBM WebSphere Product Center pour le commerce de détail



Points forts

- **Créer une infrastructure de gestion des données d'entreprise pour accompagner vos stratégies commerciales**
- **Publier des informations produit précises, pertinentes et complètes sur vos sites de commerce électronique et sur les portails de vos partenaires**
- **Adopter les standards, tels que GDS ou RFID aussi vite que possible pour conserver votre avantage concurrentiel**
- **Aider vos équipes à commercialiser vos produits dans le monde entier, en gérant les informations produit dans la langue du pays et en définissant des processus métier adaptés aux pratiques locales**

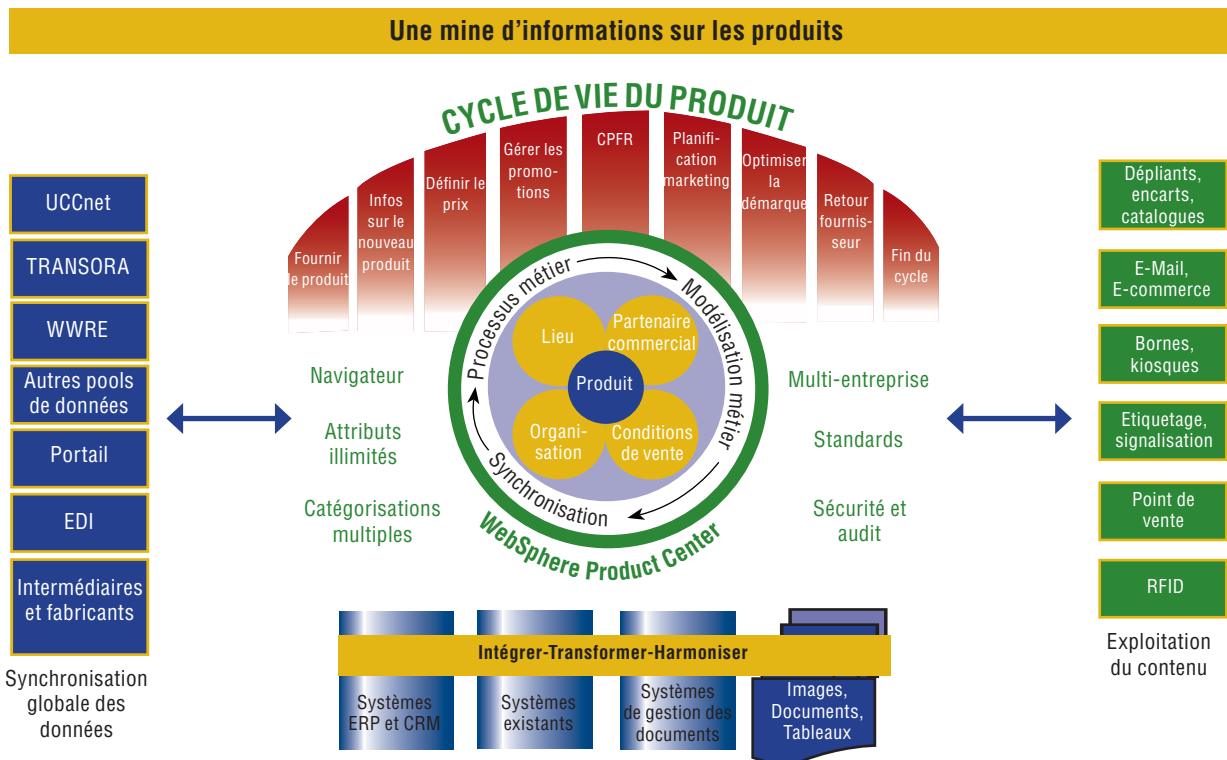
Aujourd'hui, l'innovation est devenue une priorité incontournable et vous ne pouvez plus vous permettre d'accuser un retard technologique. Pour garder l'avantage dans un environnement de plus en plus concurrentiel, vous devez, vous aussi, parvenir à réduire vos coûts tout en cherchant des solutions élaborées pour mieux commercialiser, distribuer et promouvoir vos produits via votre infrastructure de vente au détail. Cela vous permet de tirer parti de nouvelles sources de revenus et de préserver des marges qui ont tendance à se réduire.

La réussite de votre entreprise repose sur votre capacité à vous adapter aux standards de votre secteur, comme la synchronisation globale des données (GDS), et à exploiter au maximum les atouts du commerce électronique afin de mettre en place différentes stratégies de vente. Dans le secteur de la vente au détail, de grosses entreprises comme Wal Mart, The Home Depot, Carrefour, Staples, Albertson's ou Kroger, ont fait de la synchronisation globale des données un standard et ont rejoint le réseau Global Data Synchronization Network (GDSN) afin de contribuer à l'amélioration des processus, à l'accroissement des revenus et à la réduction des coûts dans ce secteur.

Les entreprises de vente au détail ne se sont pas contentées d'optimiser l'efficacité via des initiatives comme la synchronisation globale des données : elles ont ouvert une nouvelle ère dans le domaine du commerce électronique, en accroissant leur pénétration du marché et en développant la fidélisation du client, grâce à des initiatives visant à commercialiser et à vendre les produits via de nombreux canaux différents. Le commerce électronique a dépassé le stade de l'expérimentation. Il est maintenant considéré comme un complément sérieux aux canaux traditionnels, qui joue un rôle important dans le comportement d'achat des consommateurs. Le contrôle des informations produit de l'entreprise est indispensable à la mise en place de ce type d'initiatives commerciales vitales.

IBM WebSphere Product Center, solution complète de gestion des informations produit, vous permet de créer, gérer, lier et synchroniser les différentes informations produit réparties au sein et à l'extérieur de l'entreprise. Vous serez alors en mesure de gérer de manière centralisée des informations résidant sur des systèmes hétérogènes, tels que des systèmes de planification des ressources (ERP), des systèmes spécifiques, des systèmes de gestion de la relation client (CRM) ou encore des systèmes de gestion des données. Cette solution sophistiquée permet également de lier les informations produit aux conditions de vente, par exemple la tarification, et de synchroniser ces informations en interne avec vos systèmes existants, et en externe avec vos partenaires commerciaux.

WebSphere Product Center est conçu pour s'adapter au développement et à la complexité de vos besoins actuels et futurs en matière de gestion des informations produit. La gestion des informations produit peut constituer un élément essentiel à votre réussite. WebSphere Product Center peut vous permettre d'adopter rapidement les standards GDS, tout en vous aidant à automatiser et à simplifier les activités liées à la gestion des principaux processus marketing et commerciaux. Il ne s'agit pas simplement de vous hisser au même niveau que les autres entreprises de commerce de détail, mais bien d'obtenir un avantage concurrentiel durable.



IBM WebSphere Product Center vous aide à regrouper, enrichir et synchroniser vos informations produit.

De la synchronisation des données de base à la synchronisation globale des données, et au-delà

Les grandes entreprises de vente au détail ont déjà commencé à synchroniser leurs informations de base avec leurs fournisseurs, ce qui constitue la première étape vers la synchronisation globale des données (GDS). Grâce au développement des standards en matière de GDS, vous pouvez passer rapidement à la synchronisation des données par catégorie, par intervenant, par prix et par condition de vente. Cette évolution de la synchronisation des informations de base vers la synchronisation globale des données peut vous apporter des bénéfices considérables, comme une commercialisation plus rapide des nouveaux produits, des ruptures de stock plus rares ou un système d'exécution des commandes plus précis.

Bien que la synchronisation des données de base utilise généralement les mêmes 150 attributs environ (au minimum) pour chaque produit dans chaque catégorie, la synchronisation globale des informations tient compte aussi d'attributs spécifiques aux catégories qui caractérisent tous les produits qui lui sont rattachés. Par exemple, la teneur en phosphate est un attribut important pour les détergents, alors que le voltage est un attribut essentiel pour les piles électriques.

Pour accompagner cette évolution dans la gestion des informations produit au sein des différentes entreprises de distribution et de vente au détail du monde entier, la GCI (Global Commerce Initiative) développe actuellement un schéma GPC (Global Product Classification), également appelé BRICKS, qui contient des milliers d'attributs spécifiques à des centaines de catégories de produits différentes. Ces attributs renforcent l'intérêt de la synchronisation globale des informations, en fournissant des données pertinentes pour chaque catégorie de produit. Ce niveau de finesse permet de transmettre des informations plus exploitables à vos processus métier, et de fournir des données plus riches à vos clients et partenaires. Mais vos équipes marketing et commerciales risquent de se trouver rapidement dépassées par le volume et la complexité des informations.

C'est là que WebSphere Product Center entre en jeu, avec ses fonctions permettant d'associer des attributs à des groupes de produits, via des systèmes d'héritage et de hiérarchie. Ainsi, vous pouvez gérer efficacement la complexité inhérente à la maintenance de dizaines de milliers d'attributs pour des millions de produits.

La synchronisation des intervenants s'avère plus complexe. Vous et vos fournisseurs devez synchroniser un ensemble de données de localisation classiques, mais aussi des emplacements physiques (dépôts, magasins, etc.) et des entités légales et financières (siège social, filiales, services comptables, etc.). Contrairement aux informations sur les produits, qui vont essentiellement du fabricant au détaillant, la synchronisation des intervenants implique également la transmission de données de localisation du détaillant vers le fabricant. Avec WebSphere Product Center, vous pouvez consolider, nettoyer, valider et gérer les données provenant des fournisseurs. Vous pouvez également synchroniser les informations de localisation classiques issues de différents systèmes internes, par exemple les systèmes existants des fournisseurs ou encore les systèmes ERP, CRM et de gestion des dépôts. Il vous est aussi possible d'envoyer des informations de localisation complètes à vos fournisseurs. L'utilisation d'IBM WebSphere Product Center pour la synchronisation des intervenants vous permettra d'améliorer la précision des coordonnées de facturation et d'expédition, de limiter les erreurs de facturation, et de réduire le temps et les coûts liés à la gestion des fournisseurs.

Comment est-ce possible ? Avec WebSphere Product Center, toutes les informations produit, liées aux organisations, aux partenaires, aux localisations, sont continuellement mises à jour, enrichies et transmises aux systèmes, processus et organisations qui en ont besoin.

Dans le cadre d'initiatives GDS, l'intégration des tarifs et des conditions de vente est une opération complexe qui nécessite une solution de gestion des informations produit robuste. Avec WebSphere Product Center, vous et vos fournisseurs serez en mesure de synchroniser les conditions de vente et la tarification. En effet, cet outil prend en charge la définition, la gestion et la synchronisation des conditions de vente et des tarifs, réduisant ainsi le temps et les ressources nécessaires pour résoudre les écarts de facturation dus à des erreurs. Il gère également les informations sur les tarifs, les conditions de vente et les promotions au niveau de l'entreprise, du marché, du magasin. Vous bénéficiez d'un contrôle centralisé sur les informations produit, mais aussi de la possibilité de les utiliser de manière décentralisée, afin de vous adapter aux exigences locales et aux accords avec certains partenaires, et cela quelle que soit la langue ou la devise concernée.

WebSphere Product Center en pratique

Les plus grosses entreprises de vente au détail du monde commencent déjà à utiliser WebSphere Product Center pour gérer des millions de codes GTIN (Global Trade Item Numbers) et des milliards de valeurs d'attributs, le tout synchronisé avec des dizaines de milliers de fournisseurs et transmis à des milliers de magasins et d'utilisateurs. Avec un modèle de données conçu pour évoluer au rythme de vos besoins, WebSphere Product Center peut vous aider à définir et à gérer des attributs produit, des informations de localisation, des relations fournisseur et des règles métier qui correspondent à votre manière de travailler. A l'aide d'une interface graphique intuitive, les utilisateurs peuvent créer, afficher et utiliser des hiérarchies de produits selon différents schémas de commercialisation internes et de catégorisation externe, comme GPC, UDEX, A. C. Nielsen et IRI.

Un modèle de sécurité sophistiqué vous permet de contrôler l'accès des utilisateurs en fonction des besoins de votre organisation. Vous pouvez gérer des rôles et des responsabilités en définissant les informations que chaque utilisateur peut consulter, chaque rôle pouvant regrouper des milliers d'utilisateurs. Ces rôles peuvent correspondre à des fonctions internes, au sein de vos équipes commerciales, marketing, logistiques ou de gestion des magasins, mais aussi à des intervenants externes au niveau de vos fournisseurs ou de vos distributeurs. Vous pouvez également définir les types d'activités autorisés pour un rôle, par exemple la modification d'informations ou l'approbation de mises à jour. Des fonctions de suivi complètes vous permettent de savoir qui a modifié une information produit, et à quel moment.

WebSphere Product Center utilise une architecture ouverte basée sur les standards Java™ 2 Platform, Enterprise Edition (J2EE), ce qui lui donne la souplesse et la fiabilité nécessaires pour s'adapter à la croissance de votre entreprise, et pour s'intégrer facilement avec vos systèmes internes.



Un système de gestion des échanges et une intégration parfaite avec les principales solutions d'intégration d'applications (EAI), comme IBM WebSphere Business Integration, vous permettent d'utiliser WebSphere Product Center avec une large gamme de systèmes internes.

Gestion des informations produit et marques de distributeur

Si votre entreprise commercialise une marque de distributeur, elle doit fonctionner comme un fabricant lors du lancement des produits. Pour passer du concept à la mise en rayon, il faut créer des spécifications produit, identifier et définir les principaux attributs du produit, choisir des fournisseurs et distribuer les produits. Dans le cadre de ce processus, les informations produit générées en interne doivent être synchronisées avec les systèmes commerciaux, de tarification et de vente internes. Pour développer une marque de distributeur de classe mondiale, vous avez besoin d'un système de gestion des informations produit conçu pour répondre à la fois à vos exigences et à celles de vos fabricants. Grâce à un modèle de données extensible et à la

capacité d'héberger et de gérer de gros volumes d'informations produit, WebSphere Product Center est une solution à la hauteur des initiatives de développement de marque de distributeur les plus ambitieuses. WebSphere Product Center est utilisé par les plus gros fabricants mondiaux et offre des fonctions complètes de création et de maintenance des informations produit, adaptées à la gestion des marques de distributeur.

Gestion des informations produit et entreprise collaborative

La gestion des informations produit est un élément essentiel pour le développement des fonctions de collaboration au sein et à l'extérieur de l'entreprise. Une source d'informations produit unique, fiable et précise constitue un outil précieux pour les principaux services de l'entreprise (marketing, gestion des produits, approvisionnement, maintenance des catalogues). En outre, un système centralisé réduit considérablement les coûts de transmission d'informations produit exactes et détaillées aux différents canaux de vente et de distribution.

WebSphere Product Center ne se contente pas de fournir des informations produit à vos canaux de vente et de distribution, mais affiche les mêmes informations précises, cohérentes et actualisées à tous vos clients et partenaires, sur les sites de commerce électronique, les portails des partenaires, les kiosques, les rayons des magasins, les têtes de gondole, les prospectus, les catalogues ou encore les affichages au niveau des points de vente. WebSphere Product Center vous aide à tirer parti de vos systèmes existants et toutes les précieuses informations produit qu'ils contiennent pour automatiser des processus souvent manuels et redondants, afin de mettre à jour, créer et transmettre ces informations. Les fonctions de workflow de WebSphere Product Center permettent de réduire les coûts et les délais de mise à jour, en organisant et en automatisant les tâches entre les équipes, les organisations et les systèmes de vos chaînes logistiques internes et externes.



Des informations produit centralisées et synchronisées : une condition sine qua non pour l'identification RFID

La technologie RFID est en passe de créer une révolution dans le secteur du commerce de détail. Or, vous devez disposer d'informations produit précises, complètes et accessibles pour utiliser pleinement cette nouvelle technologie. En effet, pour implémenter un système RFID, les codes produit électroniques (EPC) stockés dans l'étiquette RFID doivent être liés à des informations détaillées sur le fournisseur, le lieu ou le numéro de lot. WebSphere Product Center peut aider à interpréter les codes EPC afin d'obtenir des informations produit exactes et détaillées, chaque fois que l'étiquette est scannée lors des différentes étapes de son cheminement dans la chaîne de distribution, depuis l'usine de fabrication jusqu'aux rayons du magasin.

Une solution qui évolue au rythme de votre entreprise

Une gestion efficace des informations produit est indispensable au bon fonctionnement d'une entreprise.

WebSphere Product Center vous offre une solution de gestion des informations produit sophistiquée.

Vous pourrez désormais exploiter vos informations produit pour gérer votre entreprise en fonction de l'évolution du marché et des besoins de vos employés. Devenez plus efficace et réactif. Prenez une longueur d'avance sur vos concurrents. Tous ces avantages au service d'un même résultat : augmentez vos bénéfices commerciaux !

Pour plus d'informations

Pour en savoir plus sur IBM WebSphere Product Center, visitez notre site à l'adresse suivante :

ibm.com/websphere/
prodingfmgmt/



IBM France

Tour Descartes - La Défense 5
2, avenue Gambetta
92066 - Paris-La Défense Cedex.

IBM Belgium

Avenue du Bourget/Bourgetlaan, 42
B - 1130 Brussels

La page d'accueil IBM est accessible sur **ibm.com**

IBM, le logo IBM, ibm.com, On Demand Business, le logo On Demand Business et WebSphere sont des marques d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans d'autres pays.

Java et toutes les marques basées sur Java sont des marques commerciales de Sun Microsystems, Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays.

Les autres raisons sociales, noms de produit et noms de service peuvent être des marques ou des marques de service de leurs propriétaires respectif.

Imprimé aux Etats-Unis d'Amérique
10-04

© Copyright IBM Corporation 2004
All Rights Reserved.