



Renforcez la chaîne d'approvisionnement grâce à l'analytique en temps réel pour vos prestataires

Dans un contexte en évolution rapide, il est désormais essentiel de partager des données intégrées sur tous vos canaux pour gérer l'approvisionnement et la demande.



Repenser le paysage retail d'aujourd'hui

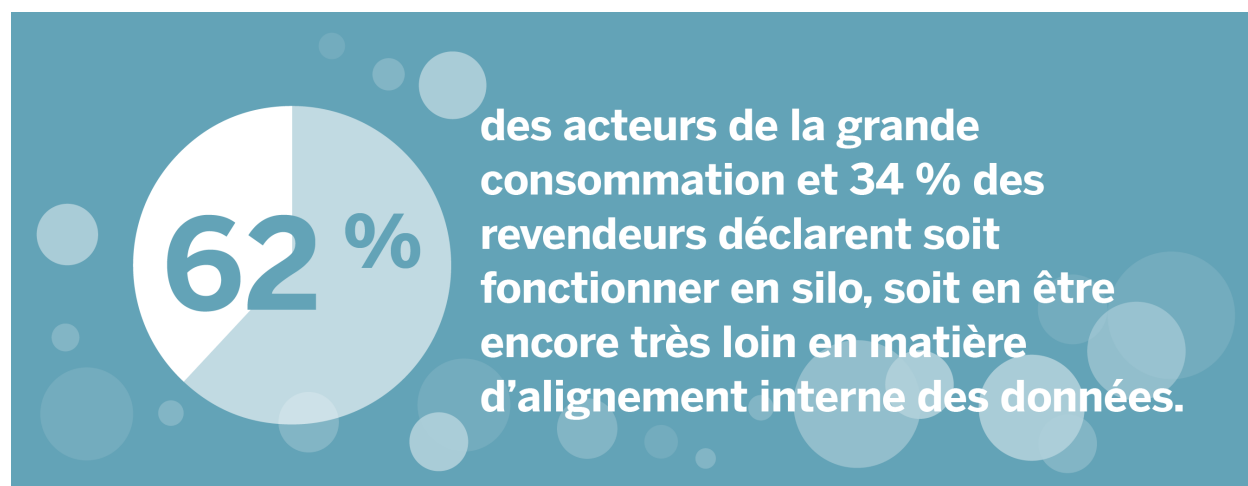
Le temps des chaînes d'approvisionnement conçues pour un canal unique est révolu. Dans cette nouvelle réalité, la gestion de la chaîne d'approvisionnement pour le retail revient un peu à faire le lien entre différents points qui évoluent en permanence. Sans vue d'ensemble en temps réel, chaque décision revient à jouer aux devinettes.

Les prestataires dans le retail sont aujourd'hui confrontés à ce problème, et cherchent à connecter ensemble des informations issues de sources disparates pour mieux comprendre les fluctuations de l'offre et de la demande dans tous les secteurs de leur écosystème. Obstacles numériques, technologies compartimentées et retards systémiques empêchent les bonnes personnes d'accéder aux bonnes informations et nuisent à la transparence en temps réel.

En parallèle, le nombre de canaux dans lesquels les entreprises peuvent interagir avec les consommateurs continue d'augmenter, et les limites entre ces différents canaux tendent à s'estomper. En plus de la vente en gros dans les points de vente retail, bon nombre de prestataires s'adressent directement aux consommateurs, par le biais de canaux en ligne comme les réseaux sociaux et la publicité numérique.

Mais ils doivent s'adapter à des attentes inédites de la part des clients, comme les commandes en click and collect, ou encore des stocks remplis quel que soit l'endroit où ils font leurs achats. Le boom des achats via smartphone, ainsi que l'essor du showrooming (où les consommateurs viennent repérer des produits en magasin avant de les acheter en ligne auprès de concurrents moins chers) illustrent parfaitement le défi que les professionnels du retail doivent relever.

Alors que les conséquences de la pandémie continuent d'impacter la chaîne d'approvisionnement et de rendre inutiles les modèles historiques pour la planification des inventaires, les entreprises se tournent vers la technologie pour s'adapter aux changements dans un contexte d'incertitude.



Source : « 2021 Retail and Consumer Goods Analytics Study: Where Do We Go From Here? » Nouveautés RIS

Les bonnes données aux bonnes personnes et au bon moment

Cette nouvelle réalité pour le secteur du retail soulève de nombreuses questions essentielles : Comment obtenir une source unique d'informations, regroupant les données des points de vente, et permettant d'analyser les articles individuels sur plusieurs canaux, dans plusieurs régions et dans plusieurs magasins, afin de comprendre les ventes et les niveaux des stocks ? Comment suivre les interactions des clients avec la marque sur l'ensemble des canaux pour obtenir une vue d'ensemble et proposer des expériences plus personnalisées ?

Enfin, comment tirer parti d'indications en temps réel pour mieux gérer la chaîne d'approvisionnement et la distribution des marchandises, sachant que les modèles historiques sont devenus inutiles aujourd'hui ? Dans l'ensemble, les entreprises peinent à trouver des réponses.

Les inventaires sont réduits pour que les magasins, physiques et en ligne, puissent mieux supporter le coût des biens vendus. Les expériences d'achat en physique sont déconnectées et à l'opposé des expériences en ligne. Les prestataires ont peu de visibilité ou de transparence sur les canaux et peinent à comprendre la demande locale. Les nouvelles dynamiques du retail poussent les prestataires à adopter une vue transparente et en temps réel de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Et pour ce faire, il est essentiel de mettre les données entre les mains des bonnes personnes, au bon moment.

Bon nombre de prestataires ne disposent pas d'un accès à des données intégrées en temps réel et à des capacités d'analyse sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, et cela a diverses conséquences quantifiables :

Expériences déconnectées et impersonnelles pour les clients

25 %

25 % des acteurs du retail indiquent que les performances des promotions sont uniquement partagées de manière hebdomadaire

Planification et gestion inefficaces des inventaires

36%

36 % des partenaires partagent les données sur les transactions en point de vente de manière hebdomadaire uniquement

Interruptions fréquentes de la chaîne d'approvisionnement et coûts élevés

70 %

70 % des acteurs de la grande consommation désignent comme défi majeur leur incapacité à intégrer des données issues de différentes sources

Incapacité à s'adapter rapidement aux changements

40 %

40 % des magasins signalent des problèmes avec les commandes à emporter

Source : <https://risnews.com/ris-cgt-analytics-study-2020>



Source : « State of the Connected Customer », Salesforce, 4e édition

Objectif pour réussir : Partage et collaboration en temps réel

Seules des solutions innovantes permettront de relever ces défis majeurs. Pour les prestataires, cela se traduit par un besoin urgent de partager des données transparentes, constituant une source unique d'informations sur tous les aspects de la chaîne d'approvisionnement, de la vue d'ensemble au niveau supérieur aux performances des marques et références individuelles, en passant par un aperçu de chaque canal retail.

Lorsque les acteurs du retail partagent avec leurs prestataires des informations en temps réel sur les ventes et les niveaux de stock, ils garantissent une transparence qui renforce l'aspect collaboratif du partenariat. Les prestataires peuvent garder le contrôle de certains aspects de leur relation commerciale en prenant des décisions proactives en fonction des informations en temps réel reçues.

La solution de retail intelligence de Tableau propose une feuille de route personnalisée, normative et pertinente, permettant de relever les défis les plus complexes auquel le secteur fait face. Elle est conçue pour décupler les possibilités des entreprises grâce à des données granulaires et en temps réel, qui leur permettront de gérer la chaîne d'approvisionnement, de répondre aux besoins des clients et de s'adapter facilement aux changements qui bouleversent le marché.

Accédez à vos données et analysez-les où que vous soyez

Traditionnellement, les données étaient stockées sur site et partagées par le biais de feuilles de calcul et fichiers PDF statiques, souvent par e-mail. Ce processus chronophage est alourdi par la nécessité de sélectionner les données avant de les mettre à disposition pour analyse. Malheureusement, lorsqu'elles parviennent enfin entre les mains de ceux qui en ont besoin et dans un format exploitable, elles sont obsolètes.

La solution multi-cloud de retail intelligence Tableau vous permet de vous libérer de ce processus en rendant les données et l'analytique accessibles immédiatement et en toute sécurité, pour permettre à tous ceux qui en ont besoin d'y accéder où qu'ils soient. Les données ne sont plus envoyées aux utilisateurs (à l'exception d'abonnements ou d'alertes basées sur les données) : ce sont les utilisateurs qui accèdent aux données. Ils peuvent explorer d'importants volumes de données en temps réel en quelques secondes et analyser des milliards de lignes en un clin d'œil, sans se soucier des performances.

De plus, ils profitent d'une solution adaptable à leurs besoins, en fonction des pics d'activité. Grâce à des données en temps réel sur les transactions et les points de vente accessibles à la demande, les entreprises sont en mesure de prendre des décisions intelligentes plus rapidement.

De plus, cette solution facilite la collaboration en temps réel entre les partenaires, grâce à un partage des ensembles de données géré par des règles et des autorisations. Les prestataires peuvent désigner les portions de chaque ensemble de données qui seront visibles pour chaque entreprise, afin de garantir une visibilité de bout en bout sur la chaîne d'approvisionnement, tout en garantissant gouvernance et sécurité



Source : « Catch Them If You Can: How leaders in data and analytics have pulled ahead », McKinsey, 19 septembre 2019

Des vues granulaires pour des décisions ciblées

Au-delà de l'analyse et du reporting, il est essentiel de bien comprendre les données. C'est là que la solution de retail intelligence se démarque, grâce au partenariat entre Tableau, Salesforce et Snowflake. Cette solution permet de relever les plus grands défis et profite d'une intégration fluide, avec :

- Les fonctionnalités de visualisation de données et de traitement du langage naturel de Tableau
- L'analytique augmentée par l'IA de Salesforce
- Le stockage en entrepôt de données Snowflake
- Le partage sécurisé et les données tierces de Snowflake Data Marketplace

Exemple concret : Un détaillant d'envergure, avec des magasins partout dans le pays, peinait à stocker les bons produits dans les bons magasins. Un magasin pouvait écouler tous ses stocks pour un produit, tandis qu'un autre magasin dans une autre région avait des stocks excédentaires pour ce même produit. Cette difficulté découlait d'une incapacité à agréger et à analyser les données sur les inventaires pour tous les magasins, et ainsi permettre aux décideurs d'avoir une idée de la situation de chaque région.

Grâce à la solution de retail intelligence, ce détaillant a pu :

- Mieux comprendre les performances trimestrielles agrégées pour chaque zone géographique
- Explorer les sites individuels n'atteignant pas les objectifs fixés
- Identifier un problème d'inventaire dans le service générant le plus grand CA pour ce site
- Prendre des mesures en réorganisant les stocks des sites voisins

En analysant les données d'inventaire pour repérer des tendances dans le comportement des clients, il a pu tirer parti de l'analytique prédictive pour déterminer comment organiser les stocks des magasins individuels. Cette vue inédite lui a permis de mieux comprendre ses clients et de prendre des décisions en conséquence.



Source : « Meeting Adversity With Data », Retail and Consumer Goods Analytics Study 2020

Transparence sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement

Dans ce contexte post-pandémie, chaque avantage stratégique compte. En mettant des données en temps réel et faciles à comprendre immédiatement à disposition de tous ceux qui en ont besoin, des prestataires aux cadres dirigeants, en passant par les directeurs et vendeurs en magasin, la solution de retail intelligence de Tableau garantit une transparence en temps réel pour l'ensemble de votre chaîne d'approvisionnement.

En vous appuyant sur une source unique d'informations en temps réel, vous pourrez maximiser la coordination et rationaliser vos opérations. En prenant des décisions éclairées et data-driven, vous serez en mesure de booster vos revenus, et vos établissements pourront maximiser l'expérience client en comprenant leurs attentes à tous les niveaux.

Les chamboulements auxquels le secteur retail fait face touche tous ses acteurs, mais les organisations capables de proposer à leurs fournisseurs une analytique en temps réel seront en mesure de booster les performances de la chaîne d'approvisionnement de bout en bout.

Explorez toutes les solutions data-driven pour les opérations retail.

Ressources supplémentaires

[En savoir plus sur la solution de retail intelligence](#)

[Snowflake pour le retail](#)

[Solutions Salesforce pour le retail](#)

[Contactez-nous](#)

Renforcez la chaîne d'approvisionnement grâce à l'analytique en temps réel pour vos prestataires

À propos



En tant que plate-forme BI de choix pour 90 % des spécialistes des services financiers du classement Fortune 500, Tableau est une solution éprouvée pour les entreprises qui placent les données au cœur de leurs décisions. Tableau offre une plate-forme analytique complète et intégrée qui permet aux équipes de collaborer et d'extraire des informations exploitables de leurs données grâce au machine learning, aux statistiques, au langage naturel et à la préparation intelligente des données. Les organisations qui choisissent Tableau disposent de nombreuses ressources pour bien se lancer, dont des formations, des certifications et Tableau Blueprint, sans oublier le soutien de la communauté de passionnés de Tableau, une source d'inspiration exceptionnelle. Les entreprises savent ainsi que leur déploiement sera une réussite complète et évoluera vers une culture data-driven.



Le Data Cloud de Snowflake est un réseau permettant à des milliers d'organisations dans le monde de mobiliser des données, en profitant de possibilités quasiment illimitées pour la scalabilité, les performances et l'utilisation simultanée. Au sein du Data Cloud, les organisations unissent leurs données compartimentées, explorent et partagent facilement des données gérées et sécurisées, et effectuent des tâches analytiques avec différentes charges. Où que se trouvent vos données ou vos utilisateurs, Snowflake propose une expérience fluide sur plusieurs clouds publics. La plate-forme de Snowflake est le moteur du Data Cloud et permet de proposer une solution pour les entrepôts et lacs de données, le data engineering, la data science, le développement d'applications data et le partage de données. Rejoignez les clients, partenaires et prestataires de données Snowflake qui font passer leurs activités au niveau supérieur grâce au Data Cloud. [Snowflake.com](https://www.snowflake.com).



Salesforce est la meilleure plate-forme CRM du marché : elle englobe toutes vos interactions avec vos clients dans le domaine du marketing, des ventes, des services, du commerce, des RH et bien plus encore. En tant que membre de la famille Salesforce, Tableau est entièrement compatible avec tous les produits de la plate-forme Customer 360. Vous pouvez ainsi utiliser Tableau pour combiner les données Salesforce de n'importe quel cloud avec vos données métier et obtenir une vue complète de vos clients. Placez vos clients au cœur de votre activité : offrez-leur les expériences connectées qu'ils recherchent.