fluentcommerce
order management. accelerated.

Gestion distribuée des commandes

MULTIMARQUES/ MULTI-PAYS

Développez vos marques et votre présence internationale sereinement

Gestion distribuée des commandes

MULTI MARQUES/ MULTI-PAYS

Développez vos marques et votre présence internationale sereinement

AVANTAGES CLÉS

Configurez votre logique de traitement des commandes par marque ou par zone géographique

Offrez la possibilité à chaque marque ou à chaque zone de créer sa propre logique d'approvisionnement et de répartition pour répondre à la législation locale ou aux attentes des clients.

Utilisez des modèles pour un déploiement plus rapide

Créez de nouveaux modèles réutilisables pour vos processus et règles métier ainsi que pour gérer vos rôles et permissions utilisateurs afin de déployer de nouvelles marques ou de nouvelles zones rapidement.

Proposez une expérience d'achat multimarques pratique

Offrez à vos clients la possibilité de retirer ou de retourner des commandes dans tous vos magasins.

Segmentez vos stocks en fonction des marques ou des régions

Utilisez des règles pour contrôler les stocks que vous rendez disponibles à la vente pour chaque marque ou chaque zone afin de tester facilement de nouveaux produits et de nouveaux marchés, ou paramétrez des niveaux de stock tampon différents selon les critères de votre choix.

Donnez la possibilité d'utiliser les langues locales

Permettez à vos employés d'utiliser la plateforme dans leur propre langue afin d'accélérer leur formation et de limiter les erreurs.

fluentcommerce
order management. accelerated.

Gestion distribuée des commandes

MULTI MARQUES/ MULTI-PAYS

Développez vos marques et votre présence internationale sereinement

Les retailers et les marques font face à des défis uniques lorsqu'ils investissent de nouveaux marchés ou qu'ils se développent à travers des acquisitions.

Leurs marchés et leurs clientèles sont toutes différentes. Ils ont donc besoin de pouvoir optimiser leur activité, d'exploiter au mieux leurs stocks, et de réduire leurs coûts d'exploitation. Passons en revue les défis particuliers que les organisations *multi* doivent surmonter.

Multinationales

Les retailers multinationaux doivent souvent répondre à des exigences particulières selon les pays en matière de livraison, de transport, ou encore d'attentes des clients. Ils peuvent également collaborer avec différents partenaires de distribution dans chaque zone géographique. Il est par ailleurs possible qu'ils souhaitent tester un sous-ensemble de leurs produits sur un nouveau marché et ne pas proposer tous les produits dans toutes les zones.

Multimarques

Pour les organisations multimarques, les clients de chaque marque peuvent avoir des besoins très différents. Les facteurs de fidélité et de satisfaction des clients peuvent être très différents d'une marque à l'autre. Cela peut par exemple s'expliquer du fait que deux marques peuvent vendre des lignes de produit différentes (vêtements ou articles de sport, par exemple), ou bien en raison des exigences de livraison (par exemple, de petits colis ou des articles encombrants), ou encore en raison des services à valeur ajoutée (par exemple assemblage ou personnalisation).

Et à mesure que de nouvelles marques rejoignent son portefeuille, la maison mère doit trouver un équilibre entre la manière dont elle peut réaliser des économies d'échelle tout en permettant une différenciation concurrentielle des marques.

Et qu'en est-il si vous êtes à la fois multinationale et multimarques ? Les enjeux sont plus élevés, mais les opportunités le sont tout autant… Dès lors que vous disposez des solutions technologiques adéquates pour vous aider.

fluentcommerce
order management. accelerated.

La hiérachie organisationnelle dans Fluent Order Management est flexible, et vous pouvez ainsi la structurer pour l'adapter à votre activité.

Le rôle d'un système de gestion de commandes distribuée

Comment un système de gestion des commandes peut-il vous aider à réussir un commerce transfrontalier et multimarques sans entrave ? La réponse est la suivante : cela dépend de la façon dont il est structuré.

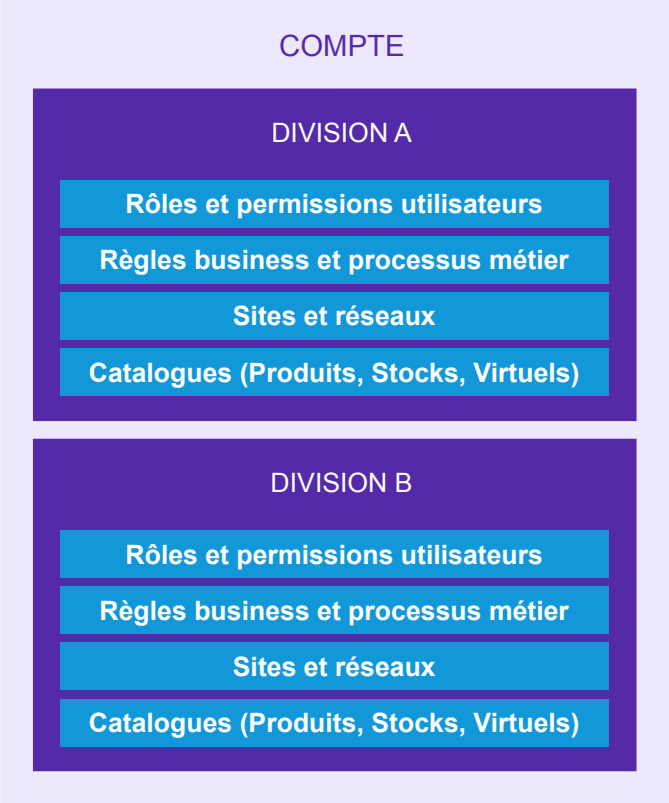
Tous les systèmes de gestion des commandes ne se valent pas. Certains ont une structure rigide qui s'adapte difficilement à une organisation *multi*.

Pourtant, le fait de disposer d'une hiérarchie flexible qui s'adapte facilement à votre modèle de commercialisation est essentiel.

Passons en revue cinq façons dont Fluent Order Management accompagne l'activité d'un retailer multinational et multimarques.

1. Une structure taillée sur mesure pour votre entreprise

Dans Fluent Order Management, vous pouvez définir votre propre structure organisationnelle pour qu'elle s'adapte au mieux à votre activité. Par exemple, vous pourriez subdiviser votre organisation par marque ou par zone géographique, ou encore par une combinaison de critères. Vous pourriez également définir différents types d'organisation, comme les commerces de détail, les marketplaces ou les grossistes. Vous pourrez ensuite choisir quelles données seront propres à chaque division, et lesquelles seront partagées.



Les Rôles et permissions utilisateurs, les Règles business et processus métier, les Sites et réseaux et les Catalogues peuvent être uniques pour chaque division.

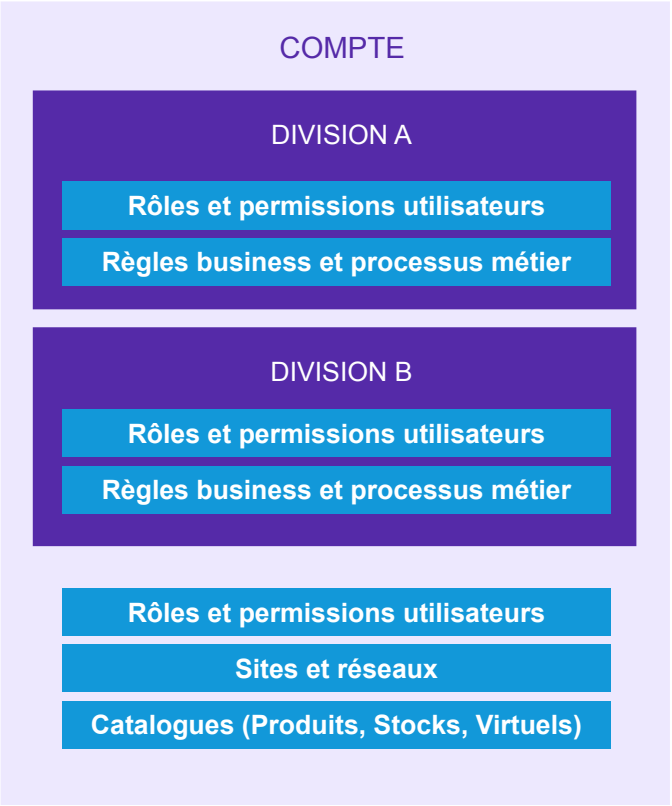
Sous chaque division, vous pouvez définir :

- **Les rôles et permissions utilisateurs**

- **Les sites et réseaux**
  - **Sites** - Emplacements ou nœuds de traitement des commandes. Il peut s'agir de centres de distribution, de magasins, de prestataires 3PL, de consignes, de points de retrait partenaires, de fournisseurs en drop shipping, etc.
  - **Réseaux** - Regroupements logiques de sites utilisés par votre logique de traitement des commandes.

- **Les catalogues**
  - **Catalogue produits** - contient tous vos SKU, et est généralement alimenté à partir d'une solution de PIM, d'un ERP ou d'une plateforme de commerce.
  - **Catalogue de stocks** - permet de suivre les quantités disponibles à la vente pour chaque SKU dans chacun de vos sites (inventaire).
  - **Catalogue virtuel** - un sous-ensemble de votre stock (après prise en compte des stocks tampons et des exclusions) que vous voulez rendre disponible à la vente sur un marché ou un canal particulier.

- **Les règles et processus métier**



Vous pouvez également partager les Rôles et permissions utilisateurs, les Sites et réseaux ainsi que les Catalogues entre divisions.

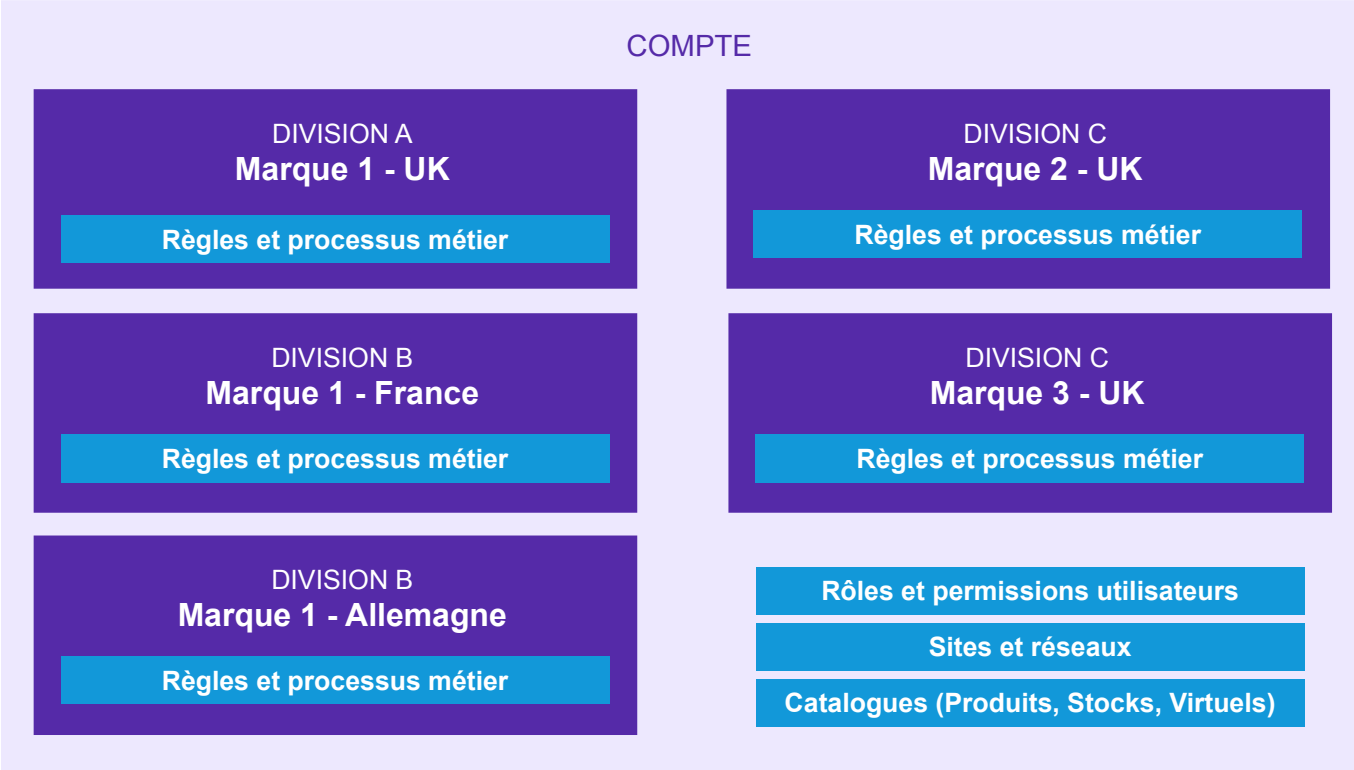
2. Des données partagées entre les divisions

Vous pouvez également partager toutes ces données entre vos divisions. Cela permet à chaque division d'accéder à tous les sites et à l'ensemble des stocks de votre organisation tout en définissant des règles spécifiques pour le traitement des commandes.

Cependant, ce n'est pas parce que les stocks et les sites sont partagés que chaque division doit forcément y accéder. Vous pouvez utiliser des règles de stock pour segmenter les quantités et les emplacements que vous rendez disponibles à la vente pour chaque marque ou zone géographique.

Cela vous offre un contrôle fin sur ce que vous vendez et sur l'endroit où vous le vendez. Vous pourrez ainsi facilement :

- Vendre uniquement un sous-ensemble de vos produits dans une certaine région
- Tester un nouveau produit ou une nouvelle catégorie sur un marché
- Appliquer différents niveaux de stock tampon par marque ou par zone géographique



Si vous partagez les Sites et réseaux ainsi que les Catalogues entre vos divisions, vous disposerez de nouvelles options pour créer une expérience d'achat multimarques.

3. Créer un expérience multimarques intégrée

Lorsque chaque entité commerciale peut accéder à tous les sites et aux stocks des autres entités, vous pouvez explorer de nouveau modes de traitement des commandes. Passons en revue quelques-unes de ces possibilités.

Click & Collect multimarques

Imaginons que vous êtes une enseigne multimarques qui possède des magasins, et que vous utilisez ces magasins comme points de retrait. Certains clients habitent peut-être plus près d'une boutique de la marque A, et d'autres sont plus proches d'une boutique de la marque B. Si un client passe une commande sur le site de la marque A, peut-il récupérer sa commande dans le magasin de la marque B près de chez lui ?

Si vous proposez, plutôt que la livraison à domicile, le retrait dans le magasin le plus proche, le client va-t-il potentiellement faire un achat supplémentaire lorsqu'il s'y rendra pour récupérer sa commande ?

Merchandising multimarques

Si certaines de vos marques proposent des produits très spécifiques, ce n'est peut-être pas le cas de toutes. Et si vous pouviez tester des produits ou accessoires populaires d'une marque dans la boutique en ligne d'une autre marque ? Vous pourriez ainsi mieux comprendre la segmentation et le comportement de votre clientèle ? Ou augmenter la valeur moyenne des commandes ?

Retours multimarques

Personne n'aime gérer les retours. Et surtout pas les clients eux-mêmes. C'est une corvée. Mais si vous pouviez leur proposer des modes de retour plus pratiques ? Si les clients pouvaient retourner un achat en ligne dans n'importe quelle boutique de votre réseau, seraient-ils plus enclins à passer à l'achat? Après tout, plus de 50% des consommateurs consultent les conditions et processus de retour avant de prendre une décision d'achat.[1]

Traitement des commandes inter-régions

Imaginez que votre site e-commerce français reçoive une commande qui ne puisse être traitée depuis un centre de distribution ou un magasin en France. Votre site est-il en mesure de vérifier si l'article en question est disponible en Allemagne ?

Si vous pouvez partager vos stocks et vos sites entre vos marques et vos implantations géographiques, cela vous procurera nouvelles façons de générer de la valeur ajoutée et de satisfaire vos clients tout en créant une expérience multimarques pleinement intégrée.

4. Utilisez des modèles pour accélérer votre développement

À mesure que vous vous développez, il est essentiel de réaliser des économies d'échelle. C'est là qu'interviennent les modèles. Comment fonctionnent-ils ?

Imaginons que vous ayez 70% de processus et de règles métier en commun entre vos marques et zones géographiques, mais que vous vouliez permettre de personnaliser les 30% restants. Dans Fluent Order Management, vous pouvez créer un ensemble de modèles réutilisables pour les Règles et processus métier qui servent de base à la logique de traitement des commandes pour chaque nouvelle marque ou zone géographique.

Tous ces éléments restent toutefois modifiables pour répondre aux exigences particulières du marché ou de la marque concernée. Vous pouvez ainsi investir de nouveaux marchés plus rapidement, et lancer de nouvelles marques ou zones géographiques en quelques semaines à peine. Les modèles peuvent également être utilisés pour gérer les rôles et les permissions.

5. Utilisez la solution dans la langue locale

Enfin, lorsque vous vous étendez dans de nouvelles zones géographiques, assurez-vous que le personnel puisse utiliser le système dans leur propre langue. C'est particulièrement vrai pour les employés des magasins qui préparent et emballent les commandes passées en ligne. Cela permet de réduire le temps de formation et de limiter les risques d'erreurs, ce qui peut s'avérer particulièrement important si vous avez recours à des employés saisonniers durant vos pics d'activité.

Résumé

Trop souvent, les entreprises *Multi* n'exploitent pas leurs synergies autant qu'elles le pourraient. Les données de leurs stocks et de leurs sites sont isolées dans des systèmes cloisonnés. De plus, elles ne disposent pas des solutions techniques nécessaires pour adopter une approche unifiée. Grâce à Fluent Order Management, vous pouvez lever ces obstacles. Vous pourrez ainsi réellement tirer partie des avantages de votre expansion à l'international.

En utilisant un système unique pour gérer toutes vos commandes et vos disponibilités en stock à travers le monde, vous pourrez proposer une expérience multimarques pleinement intégrée et générer davantage de valeur à partir de chacun de vos articles en stock. Mais ce qui est encore plus révolutionnaire ? La creation de modèles réutilisables qui vous permettront de conquérir de nouveaux marchés plus rapidement. La technologie ne sera alors plus un frein, mais un accélérateur de croissance.

Sources

1. Rapport UPS Pulse of the Online Shopper 2019

fluentcommerce
order management. accelerated.

Gérez toutes vos marques ainsi que toutes les zones géographiques sur lesquelles vous êtes présent

Découvrez notre solution

Pour en savoir plus sur Fluent Order Management et sur son rôle dans votre expansion internationale, réservez une démonstration dès aujourd'hui.

Demandez une démo

https://fluentcommerce.com

FR +33 1 86 65 25 33
UK +44 (0)1344 929 161
AU +61 1300 358 368
US +1800 6807244

À PROPOS DE

Fluent Commerce

Fluent Commerce accompagne les acteurs du retail dans le déploiement et l'optimisation de leur stratégie omnicanale. Sa solution d'Order Management en mode SaaS, conçue pour le cloud est extrêmement flexible. Elle couvre l'ensemble des composants du commerce unifié et headless : gestion des stocks et des emplacements (global inventory), gestion distribuée des commandes (DOM), optimisation de la préparation des commandes en magasin (scénarios liés au fulfillment), optimisation du traitement des commandes et reporting, et service client omnicanal. Tout cela permet aux retailers et aux marques d'optimiser l'ensemble de leurs points de contact avec les clients tout en augmentant leur marge sur chaque commande.

Pour plus d'informations, visitez https://fluentcommerce.com

©2021 Fluent Commerce

Vous pourriez également aimer...

SHIP FROM STORE
4 échecs liés à l'expérience client en 2020
Et comment les éviter en 2021
Lire le livre blanc

8 facteurs à considerer pour optimiser les retours
En 2021
Lire le livre blanc