CANTOR

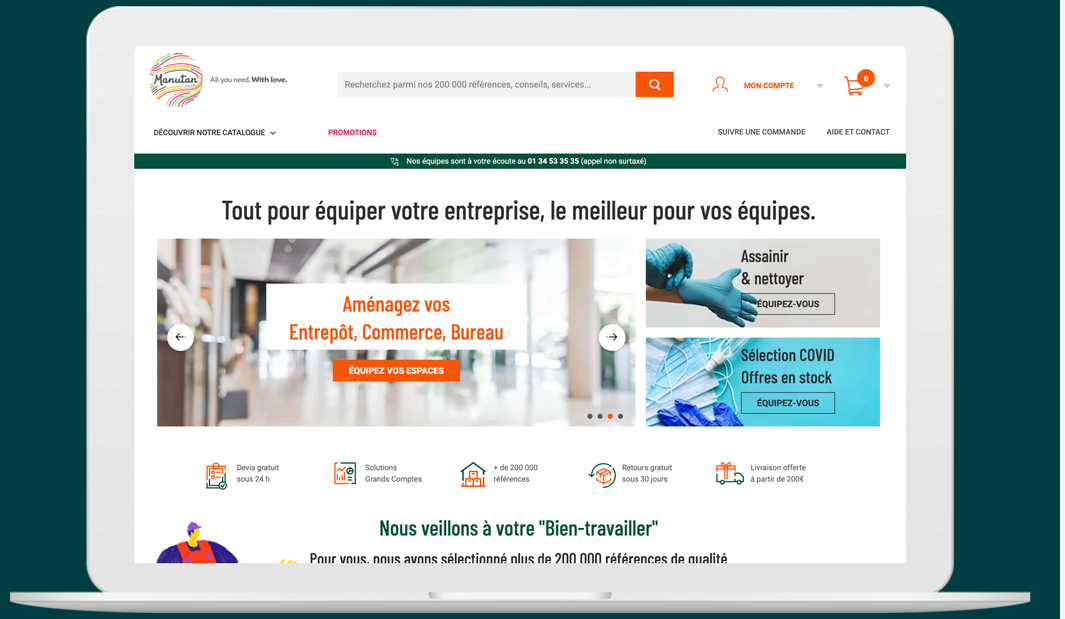
Etude de cas

Manutan

CANTOR

Comment l'automatisation des règles de référencement de nos offres et de gestion de nos produits dans STEP nous ont permis une grande réactivité et flexibilité durant la crise COVID-19 ?

MDM #STEP
#DataQuality



A propos de Manutan

Manutan est le spécialiste européen de la distribution d'équipements pour les entreprises et les collectivités.

Groupe familial créé en 1966, Manutan est le leader européen du e-commerce BtoB, spécialisé dans la distribution multicanale d'équipements pour les entreprises et les collectivités. Son offre de produits et de services de qualité est l'une des plus larges d'Europe, et lui permet de couvrir l'ensemble des besoins de ses clients et de les accompagner dans l'optimisation de leurs achats indirects.

Avec 26 filiales implantées dans 17 pays d'Europe, le Groupe compte plus de 2 300 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 774 millions d'euros en 2018/19. Manutan France a été labellisé Best Workplaces 2020 par Great Place to Work.

2300
Collaborateurs

300
Fournisseurs

500 000
Référence produits

17
Pays en Europe

CANTOR

Historique de Manutan et Cantor

2005	2008	2011	2013	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8
Mise en place du MDM IBM pour Manutan France	Mise en œuvre de STEP dans le SI du groupe Manutan	Projet Price Repository	Projet stratégique harmonisation européenne de l'offre	Projet PriceTool de calcul et simulation de prix multi-canal	Projet Portail fournisseur	Projet stratégique de refonte du Product Life Cycle	Projet stratégique de refonte du Référencement

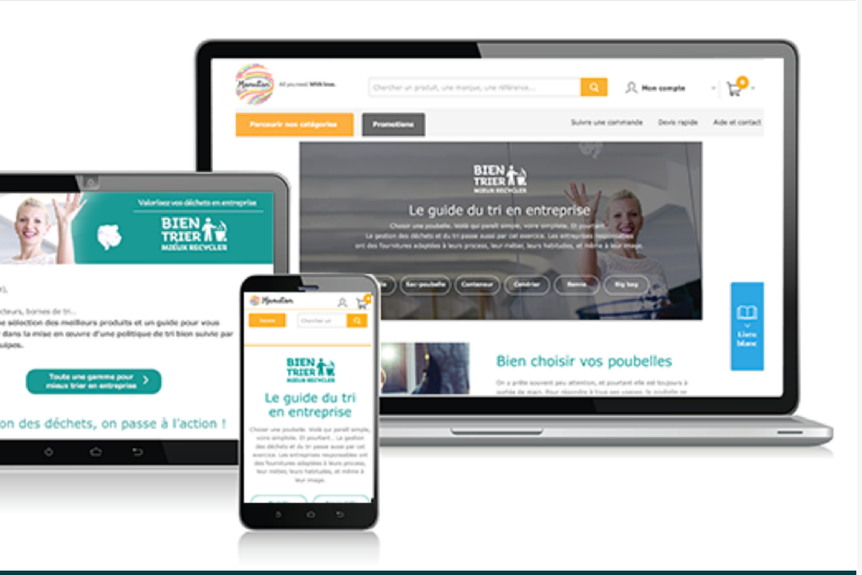
Retour d’expérience

Accélérer nos process de Référencement de nouvelles offres produit au catalogue et notre Cycle de Vie Produit nous a permis d’être extrêmement réactif lors de la crise sanitaire pour la plus grande satisfaction de nos équipes et nos clients .

Cantor a su adapter STEP à nos besoins en tirant le meilleur parti du logiciel et nous avons aujourd’hui plus de liberté sur un projet déjà rentabilisé.

Guillaume DUVAL

Directeur MDM Groupe



Le contexte & les défis

Optimisation du **Cycle de Vie Produit** en automatisant le processus de disponibilité des produits fournisseurs en ligne

Si Manutan stocke une partie de ses Best Seller afin de garantir une disponibilité continue auprès de leurs clients, certains autres produits sont commandés à la demande auprès de leurs fournisseurs.

Jusqu'ici la mise à jour des 21 sites web nécessitait un traitement manuel par fournisseur. Des tâches répétitives et longues à mettre en œuvre pour permettre d'assurer la disponibilité des produits auprès de nos clients chaque jour dans 21 pays. Jusqu'ici la mise à jour se faisait ensuite à J+1 et J+2 sur l'ERP et le site web.

L'automatisation du processus de la gestion du cycle de vie produit devait nous permettre d'anticiper à la fois la disponibilité, l'arrêt et le remplacement de produit au quotidien soit en interne soit directement par le fournisseur.

Le projet était un vrai challenge aussi bien du coté humain que du coté technique.

Manutan dispose de deux centrales d'achat et le cycle de vie des produits est partagé par l'ensemble des 21 pays et sites web qui viennent s'y approvisionner. Le défi était d'abord technique puisque le processus devait intégrer des règles complexes compatibles avec le mode de fonctionnement actuel. Le processus devait notamment faire cohabiter deux politiques de validation de données, d'une part un point de validation manuelle sur nos Best Seller et d'autre part une automatisation complète sur les autres produits.

L'enjeu était également humain puisqu'il fallait réussir à aligner tout le monde sur le même processus de manière uniforme pour l'interne et pour les fournisseurs.

La solution

Une évolution d’automatisation du processus de blocage temporaire de nos produits qui s’est révélé extrêmement stratégique durant la crise sanitaire

Suite à plusieurs réunions de cadrage, Cantor a proposé de reprendre l’intégralité du processus d’arrêt des produits afin d’y intégrer un blocage temporaire automatisé. Cantor a notamment fait le choix de partir des workflows existants dans STEP afin d’éviter la création de workflows métier supplémentaires, déjà nombreux.

Après une phase de spécifications des nombreuses règles et dimensions du projet prenant en compte notamment la disponibilité des produits, les règles de stockage et les flux logistiques fournisseurs, une première version a été livré en 2 mois. Elle comprenait la gestion des produits stratégiques, le blocage temporaire et le déblocage des produits automatiquement lorsqu’ils étaient réapprovisionnés.

Au moment de la recette avec les équipes de pilotage coté métier, nous nous sommes aperçu qu’un certain nombre de règles étaient manquantes. Par exemple, la possibilité pour certains fournisseurs de livrer dans certains pays qui remettait en cause la disponibilité en ligne de certains produits par pays . La gestion de la disponibilité des produits devaient alors également intégrer une dimension plus large du flux logistiques avec des exceptions de disponibilité par pays. La gestion des règles par filiale a été l’un des plus gros défis du projet dans la mesure où les exceptions étaient nombreuses.

L’autre difficulté a été de mener tous les tests métier en parallèle tout en étant souple dans la configuration relative aux schémas logistiques L’idée était de ne pas ajouter de spécificités à un processus général afin de fluidifier les cas particuliers à destination des interlocuteurs, des filiales et des canaux.

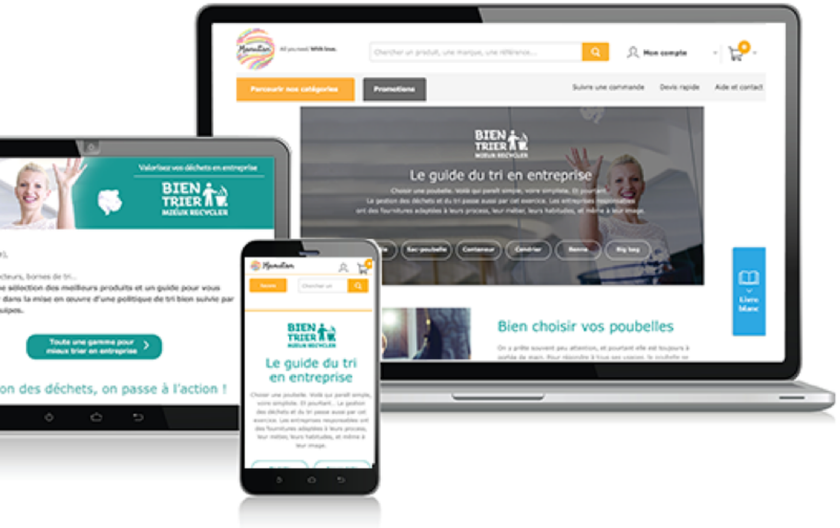
Nous n’avions pas anticipé la crise sanitaire de la COVID-19, mais cette évolution majeure a massivement été utilisée plusieurs fois par jour durant la crise. Elle nous a permis d’être extrêmement réactif notamment en terme de date de disponibilité de masque et de gel pour la plus grande satisfaction de nos clients finaux.

« Nous avons en moyenne 2 200 produits bloqués en permanence. L’automatisation du processus de gestion du Cycle de Vie Produit nous a ainsi permis d’être réactif sur la disponibilité de nos produits auprès de nos clients en gagnant beaucoup de temps de gestion en interne.

Cette évolution nous a notamment permis de réagir efficacement durant la période de crise sanitaire en matière de rupture temporaire ou définitive chez nos 300 fournisseurs sur le site Internet de nos 21 filiales. »

Guillaume DUVAL

Directeur MDM Groupe



Le contexte & les défis

Optimiser et fluidifier le process de **référencement** de nouvelles offres produit

Le délai pour référencer un nouveau produit Manutan était d'environ 60 jours, soit près de 2 mois.
Manutan était conscient du manque d'efficience du processus mis en place à la fois en matière d'élargissement de son offre, de satisfaction de l'utilisateur final et de coordination de l'ensemble des équipes en interne.

Le premier défi était d'optimiser la courbe de profits et de croissance en gagnant du temps et en élargissant à la fois l'offre de produits et le nombre de catégories de produits. Notre ambition était de passer de 500 000 produits à 1,5 millions en 2021. Pour cela, Manutan souhaitait être en mesure de créer un mode unique de référencement à la fois unitaire et en masse puis automatiser les notifications de relances auprès de ses fournisseurs.

L'objectif était de mieux contrôler les process de référencement de produit et d'identifier les points de blocage en amont afin de fluidifier la création d'une offre au catalogue. Un exemple concret de ce qu'attendait Manutan était de pouvoir bloquer la publication du produit sur les 21 sites Internet dont les informations légales manqueraient, et relancer automatiquement le fournisseur pour les obtenir le plus rapidement possible.

Une démarche qui était faite à la suite de la mise en ligne du produit auparavant ce qui pouvait provoquer une insatisfaction de la part des clients finaux.

L'autre enjeu était de fluidifier le travail des équipes qui participent à la création de nouvelles offres. Entre les équipes MDM, les chefs de produits et les e-merchandiser, cela représente une trentaine de personnes. L'objectif ici était d'offrir une visibilité globale du projet de référencement d'une nouvelle offre à l'ensemble des équipes pour une meilleure coordiantion.

Il fallait donc refaire l'ensemble des écrans et leur cinématique associée sans aucune régression et remporter l'adhésion de l'ensemble des équipes qui interagissent lors du référencement d'une nouvelle offre produit au catalogue Manutan.

La solution

Une expertise technique qui a amené Manutan à repartir d’une feuille blanche afin d’optimiser le ROI du projet

Pour Manutan, il semblait naturel de repartir de STEP et des workflows existants. A la suite de la réunion de lancement et une grande phase de spécifications incluant l’ensemble des équipes pour bien comprendre leurs besoins spécifiques, Cantor a recommandé de partir d’une feuille blanche. Les équipes Manutan ont été un peu surprises au départ mais Cantor a su nous convaincre sur le gain de temps et le ROI.

Le plus gros challenge du projet a été la partie de la gestion du module « deadline ». Une « deadline » est un batch automatique qui tourne à des heures précises pour exécuter des actions si des conditions sont respectées. Il s’agit par exemple d’alimenter ou changer un attribut, de changer un statut, de sortir un produit du workflow, de regrouper des informations suite à une duplication ….

Les tests des « deadline » qui tournent à la dernière étape du workflow « Waiting web publication » ont été compliqués dans la mesure où beaucoup d’actions y sont traitées avec des règles très spécifiques.

Il y a eu beaucoup d’échanges sur ce point avec les équipes Cantor et sur les développements. Au fil de temps nous avons également fait des demandes d’évolutions car on s’apercevait au fur et à mesure des impacts de certains tests.

C’est notamment à cette occasion que nous avons senti la montée en puissance de Cantor et sa forte capacité à fonctionner en mode agile. Le rythme a été soutenu durant toute la durée du projet en ne mobilisant qu’un chef de projet et une personne côté IT chez Manutan. Challenge réussi, nous avons réussi à diminuer de 30% le délai de référencement d’une nouvelle offre dans notre catalogue .

« Cantor nous a permis de gagner en efficience dans la gestion de nouvelles offres produit dans notre catalogue.

Aujourd’hui nous référençons une nouvelle offre en 40 jours contre 60 jours auparavant.

Sur les conseils de Cantor, nous sommes partis d’une feuille blanche et toutes les équipes étaient ravies et se sont appropriées le nouveau process immédiatement »

Guillaume DUVAL

Directeur MDM Groupe

CANTOR

Le mode de fonctionnement des projets Referencing et Product Life Cycle Stage en période de crise sanitaire

REFERENCING

+615

nouvelles offres référencées durant le premier confinement lié à la COVID-19

Environnement Fournisseur

Module PDS Stibo Supplier Portal

Enrichissement des données produits

Traitement interne (mapping, données complémentaires…)

Environnement Manutan

KO / OK
Contrôles

Objects Creation (ITG, MIG)

Feedback :
OK = référencement validé
KO = Demandes de corrections

PRODUCT CYCLE STAGE

Feedback :
OK = produit disponible validé
KO = Blocage temporaire : mise en indisponibilité auprès des équipes et sur les sites web

KO / OK

Publication site 1

Publication site 2

Publication site 3

Gestion de projet

Cantor nous a démontré sa capacité à répondre à de gros projets stratégiques. Les équipes ont su monter en puissance tout au long du projet en faisant preuve d'une grande agilité !

Choix techniques

Socle : Environnements et bases de données STEP client
Environnement de développement dédié pour ne pas interférer avec le RUN
Très nombreux tests de non-regression sur une chaîne d'intégration continue orchestrée par le Companion for Delivery

Equipes

Chez Cantor :
1 chef de projet et un consultant MDM senior
1 à 3 développeurs spécialisés STEP suivant les phases du projet

Chez Manutan
Un chef de projet dédié et un correspondant IT

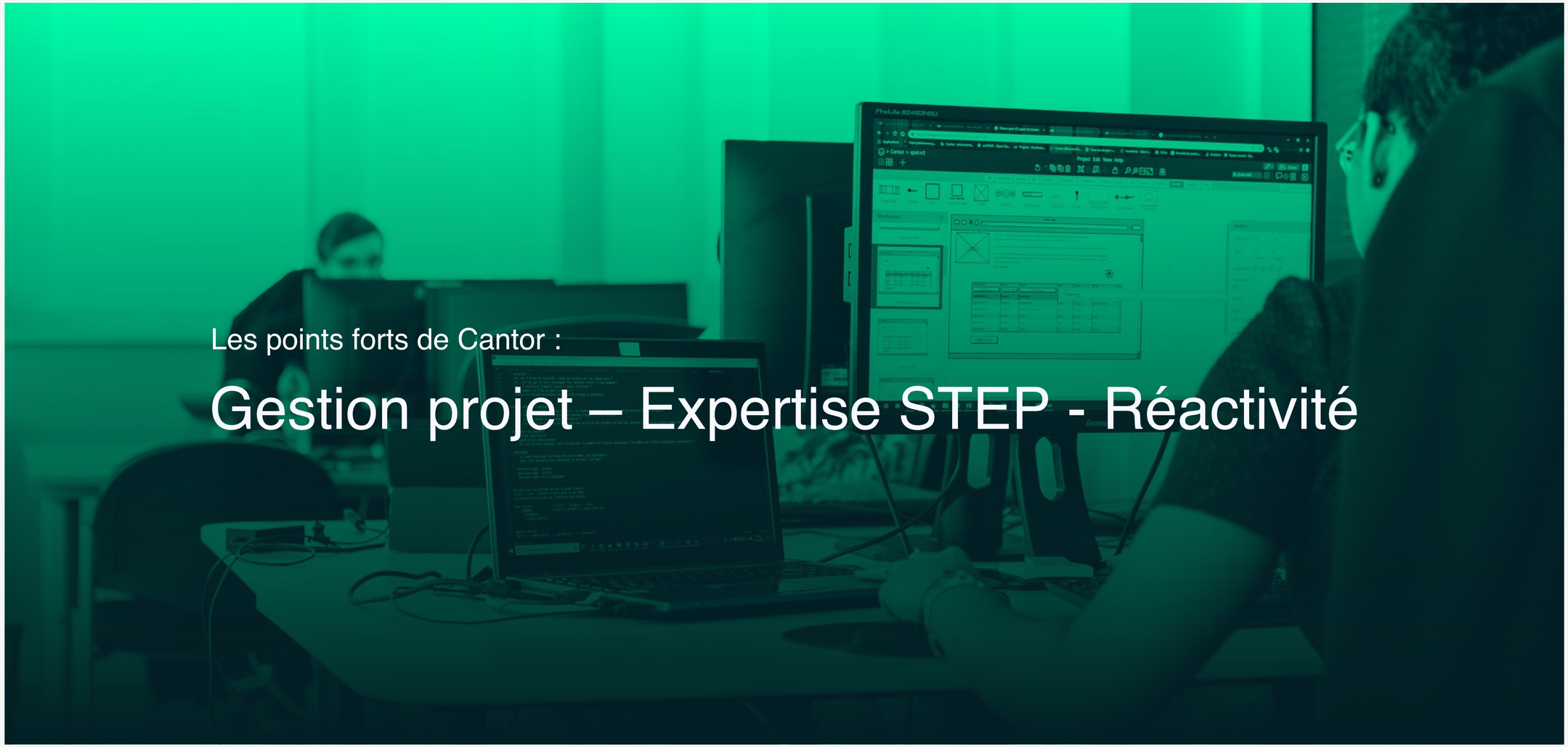
Retour d’expérience

Les préconisations, la disponibilité et la réactivité des équipes Cantor nous ont clairement permis de tirer le meilleur parti de STEP afin d’optimiser nos process de Cycle de Vie Produit et d’accélérer la mise au catalogue de nouvelles offres Manutan.

Cantor a su respecter ses engagements de délai, les tests réalisés par nos équipes à chaque sprint a permis de garantir la qualité de la solution avec agilité.

Guillaume DUVAL

Directeur MDM Groupe



Les points forts de Cantor :

Gestion projet – Expertise STEP - Réactivité