

# Générer des Ordres d'Achat centralisés pour approvisionner les points de vente à partir de données remontées du terrain



**Consolidation**  
de millions de données



**Workflow** de validation  
à plusieurs niveaux



**Génération automatique**  
des ordres d'achat



### Le secteur d'activité

## Groupes nationaux et internationaux de retail, distributeurs avec plusieurs magasins gérant des milliers de références produits

La vente au détail (ou retail en anglais) est un secteur fondamental du commerce, il est le dernier maillon de la chaîne de distribution commerciale. Pour satisfaire la demande et assurer la pérennité de leur activité, les entreprises du retail doivent **garantir la disponibilité des produits dans les magasins et anticiper les volumes des best sellers** pour disposer du stock nécessaire.

Cela passe par une gestion performante des assortiments produits. Or celle-ci s'avère vite **chronophage et complexe** si on ne dispose pas des outils nécessaires. Certaines entreprises, dans la mode par exemple, proposent en effet des milliers de références et approvisionnent des centaines de points de vente, aux quatre coins du globe.

### Challenges

## Collecter et consolider des données auprès de nombreux chefs de produits et Category Managers

Pour générer les ordres d'achat auprès des fournisseurs et lancer les commandes, les responsables de chaque famille de produit des différents pays doivent renseigner

## À propos de Gathering Tools

Créé en 2003, Gathering Tools est un éditeur de logiciels spécialisé dans la collecte automatisée de données. Sa solution éponyme Gathering Tools a pour objectif de proposer une plateforme de partage et de consolidation de données, souple et évolutive, capable de s'adapter à tous les métiers de l'entreprise.



les quantités qu'ils souhaitent proposer aux magasins. Ils doivent tenir compte des cycles de vie des produits, anticiper les réassorts et respecter le budget alloué. Ils ont besoin de connaître les références produits, les délais de production, les coûts unitaires, les colisages... et faire leurs prévisions (plan d'assortiments, fiches tarifaires...). Dans certains secteurs, cela représente **des milliers de données réparties entre plusieurs dizaines de chefs de produits et Category Managers**.

Si les data relatives aux produits sont renseignées et stockées directement dans des outils de PIM et dans l'ERP, il est difficile de **gérer la répartition de l'expédition des produits tout au long de la durée de vie de la collection**. Les retailers s'appuient sur Excel pour cela. Les macros permettent de faire de multiples simulations, avant de renvoyer les fichiers aux différents chefs de produit. Sur le papier, c'est une bonne solution. Mais les limites se montrent rapidement : lourdeur de la gestion, multiplication des erreurs, oubli de références, problèmes de cohérence, problème d'import dans l'ERP, difficulté de gestion du budget...

### Solutions

## Un document sur mesure avec des niveaux de validation intermédiaires

En s'appuyant sur la solution Gathering Tools, les chefs de produits de chaque famille et chaque pays remplissent un formulaire semblable à leur tableaux Excel habituel. L'outil leur permet de **mettre à jour facilement les différentes données depuis un formulaire unique**. Les Category Managers ne peuvent modifier que les articles correspondant à leurs familles et leurs zones géographiques. **Gathering Tools structure le processus** : il empêche la validation en cas de données incohérentes et en introduit une étape de validation avant le transfert des données vers l'ERP.

Un groupe international de vêtements a ainsi construit plusieurs questionnaires, qui sont renouvelés pour chaque collection. Le but est de permettre à chaque chef de produit de **générer les ordres d'achat des produits pour les différents magasins de sa zone tout au long du cycle de vie des collections** (de six à quinze semaines). L'enjeu est d'anticiper les meilleures ventes pour disposer du stock et

## La solution Gathering Tools en 4 bénéfices

01

**AUTOMATISATION** DU WORKFLOW DE RÉAPPROVISIONNEMENT À PARTIR DES INFORMATIONS SAISIES SUR LE TERRAIN

02

**SÉCURISATION** DE LA COLLECTE PAR STOCKAGE DANS LE SI DU GROUPE

03

**PILOTAGE COLLABORATIF** DES PROCESSUS DE REMONTÉE ET VALIDATION D'INFORMATION

04

**CONTRÔLES** DE COHÉRENCE DES DONNÉES SAISIES

du réassort suffisant. Les milliers de données sont répartis dans plusieurs onglets, avec les formats appropriés et des calculs de budget, colisage, répartition... automatisés. Une fois les formulaires transmis et validés par la DSI, l'ERP intègre ces informations automatiquement et génère les ordres d'achats.

### Bénéfices

## Des informations fiables, tracées et un gain de temps considérable

Grâce au workflow mis en place avec Gathering Tools, les ordres d'achat envoyés aux fournisseurs sont générés automatiquement, sans besoin de ressaisie manuelle des données, comme cela était le cas avec les fichiers Excel. Les informations sont donc fiables et de qualité, grâce aux contrôles de cohérence mis en place. Les chefs de produit gardent également un œil en permanence sur leur budget : **ils peuvent ainsi modifier les quantités commandées et ajuster leurs prévisions**. Les Category Managers, de leur côté, disposent de toutes les informations pour construire leurs plans d'assortiments et le communiquer aux équipes concernées.

Les formules sont plus fiables que les macros des fichiers Excel, les fichiers sont moins lourds à gérer. Seules les cellules propres à chaque responsable de produit sont modifiables, garantissant ainsi la qualité des données. **L'étape de validation intermédiaire par la DSI permet de garder le contrôle sur les commandes et alerter en temps réel en cas d'anomalie**.

L'ergonomie familière des formulaires Gathering Tools, semblables au tableur Excel, ne perturbe pas les responsables produit, qui disposent d'une solution familière et simple à utiliser. Dans le secteur de la mode, chaque collection fait l'objet d'une campagne. C'est un véritable plus de pouvoir gérer les assortiments et les ordres d'achat tout au long de la saison de façon automatique à partir des données remontées par les chefs de produits.

## Quelques chiffres



**78 %** des retailers pensent qu'avoir une supply chain agile est critique pour réussir sa stratégie phytgitale (CGI - Baromètre 2019)



**42 %** des entreprises n'ont pas encore amorcé la transformation digitale de leur chaîne logistique ou en sont encore à un stade exploratoire (étude Geodis / Les Echos 2019)



**91 %** des entreprises font de l'amélioration de la qualité de leur logistique une préoccupation majeure (CGI - Baromètre 2019)