



Propos recueillis auprès de Frédéric Gaudin, Responsable domaines Fonctionnels Sales & Marketing chez Adidas France.

« Quand la technologie renforce la proximité entre IT et métiers »



Des forecasts commerciaux
basés sur des processus
Excel fragiles



Une solution devant
répondre à un cahier des
charges exigeant



1 jour au lieu de 5 pour la
collecte et la consolidation
des données



Interview de Frédéric Gaudin, Responsable domaines
Fonctionnels Sales & Marketing chez Adidas France

Adidas, une entreprise ancrée dans le digital

« Je voudrais tout d'abord souligner qu'Adidas est une entreprise tournée vers le digital. C'est l'un de nos axes stratégiques. Et pour l'implémenter, **le groupe dispose d'une informatique à 3 niveaux** : l'IT Groupe, qui gère l'ERP et un certain nombre de solutions transversales, les Marchés, qui possèdent une délégation IT apte à rechercher et proposer des solutions adaptées aux spécificités locales et les pays, qui sont en relation directe avec les utilisateurs.

Cette stratification nous permet de combiner les bénéfices d'une vision à long terme et la possibilité de définir des axes d'amélioration et de **tester des solutions au plus près du terrain**. Pour ce qui me concerne, je travaille comme responsable des domaines fonctionnels Commerce et Marketing au sein d'Adidas France, et au niveau Marché, nous travaillons en étroite collaboration avec l'IT Europe. »

Une nécessaire refonte des processus de "forecast" commerciaux

« En 2011, Adidas recherchait un outil sur un besoin très précis : le forecast commercial. Il s'agit d'un processus important qui permet de collecter auprès de nos responsables commerciaux de nombreuses prévisions sur des indicateurs business de premier plan. Ce processus était jusqu'alors **basés sur des échanges de classeurs Excel** mis à disposition au sein d'un partage réseau. Cette solution était peu pratique car, pour garder un coût de maintenance raisonnable, l'information n'était pas répartie, de sorte que tous les commerciaux voyaient toutes les données. De plus il n'y avait pas de moyen simple de s'assurer que tous les utilisateurs avaient bien complété leur partie. Enfin, c'était un **processus fragile** : le contrôle de gestion n'était jamais à l'abri d'une erreur ou d'une mauvaise manipulation de fichier.

Ils nous avaient donc formulé cette problématique et nous avons rapidement défini les grandes lignes de la solution que nous cherchions :

- L'outil devait **répondre au besoin métier** de la façon la plus complète possible, ce qui signifie qu'au-delà de ses fonctionnalités, il devait pouvoir être appréhendé par nos commerciaux sans aucune formation et se rapprocher autant que faire se pouvait de l'apparence et des fonctions du tableur qu'il s'agissait de remplacer.
- L'outil devait pouvoir **fonctionner en mode déconnecté**, car nos commerciaux sont nomades et doivent pouvoir travailler là où ils se trouvent.
- L'outil devait pouvoir être **intégré à notre Système d'Information**, les données collectées devaient pouvoir être facilement restituées à l'aide de nos solutions décisionnelles.
- Enfin, l'outil devait pouvoir **démontrer une véritable compétitivité économique** vis-à-vis d'un développement spécifique – que nous étions parfaitement en capacité de réaliser. En effet, nous savions que d'autres besoins similaires existaient.

Au final, nous cherchions davantage une plateforme qu'une solution métier. »

« Pour l'IT, l'outil est un véritable facilitateur »

Une solution remplissant tous les critères

« Le concept global nous semblait très prometteur : la **capacité de l'outil à reproduire l'apparence et les fonctionnalités du classeur Excel** nous laissaient espérer des coûts de développement très faibles et une large adhésion du métier. D'un point de vue technique, la capacité de l'outil à s'intégrer à notre SI décisionnel et le travail en mode déconnecté étaient également au rendez-vous... L'outil semblait "cocher toutes les cases". Ensuite, une démo reste une démo, c'est pourquoi nous avons immédiatement demandé à réaliser un POC, afin de confirmer ces bonnes premières impressions !

Celui-ci s'est parfaitement bien déroulé, et la solution a été déployée. Notre IT a été formée afin que nous puissions maintenir ce projet, et en créer d'autres au fur et à mesure que les besoins se manifesteraient. »

Des gains de productivité constatés à tous les niveaux

« Les bénéfices se situent à plusieurs niveaux :

- Du côté des responsables commerciaux, le projet a été très bien accepté. Il n'occasionnait pas de surcharge de travail par rapport à l'ancien processus Excel et ils ont immédiatement pu constater



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 **nouvelles possibilités offertes** : une gestion des versions totalement automatisée, des notifications automatiques, un filtrage des données par périmètre, etc.

- Pour le contrôle de gestion, la solution a généré un **gain de temps évident et immédiatement mesurable**. Auparavant, le processus de collecte et de consolidation des données occupait 5 jours par mois. Aujourd'hui, la charge de gestion est estimée à environ une journée par mois ! Le gain n'est pas seulement dû à l'automatisation qu'offre l'outil mais également à l'**amélioration de la qualité des données** : les commerciaux ne peuvent plus transmettre de données qui seraient incomplètes ou incohérentes.

- Enfin, pour l'IT, l'outil est un **véritable facilitateur**. Il s'intègre directement à notre environnement décisionnel. Dans notre cas, les données sont déversées dans notre Datawarehouse Oracle puis restituées sous BusinessObjects : pour nous Gathering Tools est **autant un outil de collecte qu'un outil d'intégration**. Et la facilité avec laquelle se réalise cette intégration bi-directionnelle (SI -> Formulaires puis Formulaires -> SI) est pour nous un gain important. »

Gathering Tools : un avenir prometteur chez Adidas France

« Nous avons effectivement créé d'autres projets. Par exemple, la finance nous a demandé de porter sous Gathering Tools un processus de gestion des objectifs. A la demande du contrôle de gestion, nous avons également réalisé un projet de simulation des conditions commerciales.

Je crois réellement que **la solution a un bel avenir chez Adidas**, mais peut-être avec un périmètre différent. Initialement, nous avons positionné cette solution comme une brique technique permettant de mettre en place des collectes de données dans une optique de gestion. Mais encore une fois, notre stratégie est d'aller toujours plus vers la digitalisation, ce qui suppose d'autres usages. Et je crois que l'éditeur de la solution est également sur cette ligne... »