

Monoprix

Une exécution optimale des commandes grâce à Axway Decision Insight

MONOPRIX

Siège social
Clichy, France

Secteur
Grande distribution

Défis
Monoprix avait besoin de disposer d'une visibilité de bout en bout sur sa supply chain afin de garantir une exécution fiable des commandes et un réapprovisionnement des stocks en temps opportun.

Solution Axway 5 Suite
Axway Decision Insight

- Avantages**
- **Risques opérationnels réduits**, avec aucune perte de commande, respect des délais de livraison et élimination des ruptures de stock pour les magasins.
 - **Optimisation des processus** grâce à une analyse granulaire des processus qui permet d'identifier les commandes qui prennent trop de temps.
 - **Visibilité de bout en bout** sur le processus d'exécution des commandes grâce à des fonctions d'analyse prédictive qui l'avertissent des problèmes pouvant survenir si aucune mesure n'est mise en place.
 - **Expérience client améliorée**, pour les clients en magasin qui sont en mesure de localiser leurs produits favoris et pour les clients en ligne qui peuvent obtenir des informations en temps réel sur leurs commandes.



© 2016 Alain Potignon

Acteur majeur du secteur de la grande distribution en France

Très bien implanté sur le territoire et désormais présent en ligne, Monoprix, acteur majeur du secteur de la grande distribution en France, sert 800 000 clients chaque jour en leur proposant quelque 30 000 produits qui couvrent, entre autres, les domaines de l'épicerie, de l'habillement, de la maison, de la quincaillerie et des cadeaux. Outre son nouveau site d'e-commerce, Monoprix dispose de plus de 500 magasins en France et de plus de 90 boutiques dans le monde. La société ouvre également 5 nouveaux magasins chaque semaine. Avec 21 000 collaborateurs, Monoprix a enregistré un chiffre d'affaires de 4,2 milliards d'euros en 2014.

Réapprovisionnement garanti des boutiques

L'impératif ? Une visibilité de bout en bout !

Chaque jour, Monoprix reçoit les commandes de ses magasins et de ses clients qui achètent ses produits via son site d'e-commerce. La société doit garantir une exécution fiable des commandes, quel que soit le destinataire, et le respect de ses accords sur les niveaux de service pour assurer une livraison dans les délais de ses produits à ses magasins et à ses clients.

Pour ses activités florissantes en magasins physiques, Monoprix se doit de veiller à leur réapprovisionnement efficace afin d'éviter les ruptures de stock qui pourraient entraîner un manque à gagner et une perte de clientèle, et nuire à l'image du groupe. Une grande partie de ses stocks sont réapprovisionnés sur le principe just-in-time, une approche qui implique une visibilité en temps réel sur l'état des commandes.

Pour gérer sa logistique sortante, Monoprix disposait de plusieurs systèmes informatiques différents, chacun jouant un rôle spécifique au sein de sa supply chain. Ses activités se développant, ses systèmes informatiques sont devenus trop complexes et des commandes étaient fréquemment bloquées au niveau d'un système

« L'un des principaux avantages de la solution d'Axway réside dans l'opportunité qu'elle offre de déployer rapidement un pilote. Nous pouvions disposer d'une validation de principe en quelques jours. »

Jérôme Simon
Responsable de l'équipe de mise en œuvre
Monoprix

sans que personne ne s'en aperçoive. Généralement, le problème était seulement détecté lorsque la date de livraison n'était pas respectée, soit bien trop tard pour respecter l'accord sur les niveaux de service en place et les attentes des clients.

Avec l'introduction de nouveaux canaux de distribution digitaux, Monoprix s'est rendu compte qu'il lui fallait mettre en œuvre une solution qui lui offrirait une visibilité de bout en bout sur l'intégralité de sa logistique aval et lui permettrait de détecter les situations anormales et de générer des alertes pour une résolution rapide des problèmes.

Gestion de la logistique sortante

Axway Decision Insight, la solution

Pour superviser sa logistique aval et soutenir le développement de nouveaux canaux de distribution digitaux, Monoprix a décidé de déployer une solution qui interagirait avec ses systèmes informatiques existants. La solution devait :

- **Offrir un contrôle de bout en bout** des flux de données et des processus métier
- **Modéliser l'ensemble du cycle de vie des commandes** pour garantir qu'aucune commande ne soit perdue dans les systèmes informatiques disparates de l'entreprise, ce qui supposait la mise en œuvre de plusieurs protocoles de communication
- **Envoyer une alerte** en cas de blocage d'une commande, avec un processus de remontée des incidents permettant de garantir une résolution rapide du problème
- **Analyser l'impact financier** des commandes bloquées ou incomplètes et déterminer le niveau d'intervention requis
- **Garantir la réception dans les délais des commandes par les magasins**
- **Fournir une piste d'audit** qui enregistre l'historique de chaque commande et détermine la durée de son transit dans le système

Après avoir étudié plusieurs produits de référence sur le marché, Monoprix a opté pour Axway Decision Insight. « L'un des principaux avantages de la solution d'Axway réside dans l'opportunité qu'elle offre de déployer rapidement un pilote », indique Jérôme Simon, responsable de l'équipe de mise en œuvre chez Monoprix. « Nous pouvions disposer d'une validation de principe en quelques jours. »

Pour son déploiement, la solution Axway Decision Insight a été reliée à tous les systèmes informatiques impliqués dans la logistique aval afin qu'elle puisse surveiller chaque commande, tout au long du processus d'exécution, de la saisie de la commande à la gestion des stocks en passant par la livraison effectuée par les prestataires de services logistiques de l'entreprise.

Le projet a démarré en février 2015, avec une mise en production et un déploiement global en juin.



Aujourd'hui, la solution d'Axway surveille une moyenne de 200 000 commandes chaque jour qui représentent plusieurs millions d'euros, et ce pour l'ensemble des boutiques.

Lancement d'un nouveau site d'e-commerce

Garantie de livraison le même jour ou le jour suivant

En décembre 2015, Monoprix a mis en place un nouveau canal de ventes e-commerce entièrement intégré. Les clients ont dès lors eu la possibilité de réaliser leurs commandes en ligne et d'opter pour une livraison à domicile ou un retrait dans le magasin de leur choix.

En France, les délais de livraison à domicile ont été significativement écourtés, avec des livraisons le même jour ou le jour suivant devenant de plus en plus la norme. Pour rester compétitif et répondre aux demandes de ses clients, Monoprix s'est engagé à livrer à domicile l'intégralité des commandes clients passées sur son site d'e-commerce dans un délai de 24 heures et offre un service de livraison le même jour pour le retrait en magasin.

Afin de tenir ses engagements, Monoprix se devait de traiter les commandes de ses clients de façon efficace, sans perdre une seule commande. Tout problème devait être détecté et rapidement résolu. Néanmoins, lors du lancement initial de sa plate-forme d'e-commerce, le distributeur n'avait aucune visibilité sur le processus de bout en bout et ne savait pas s'il respectait ses accords sur les niveaux de service.

Pour résoudre ces problématiques, Monoprix a déployé Axway Decision Insight sur sa plate-forme d'e-commerce pour suivre toutes ses commandes clients et s'assurer que l'entreprise honorait tous ses engagements.

Gouvernance du flux de données

Les tableaux de bord au service de la maîtrise du processus d'exécution des commandes

Pour assurer la supervision de son processus d'exécution des commandes, Monoprix s'appuie désormais sur une série de tableaux de bord générés par Axway Decision Insight. Ces derniers incluent :

- **Tableau de bord des stocks** : détecte les commandes bloquées dans le système
- **Tableau de bord des problèmes** : identifie les rejets dans le système
- **Tableau de bord de recherche** : permet de localiser une commande spécifique par exemple
- **Tableau de bord des pistes d'audit** : enregistre le parcours de bout en bout d'une ou de plusieurs commandes

Ces tableaux de bord permettent à Monoprix d'intervenir en temps réel pour résoudre les problèmes et de respecter les accords de niveaux de service conclus avec ses clients et ses magasins.



« Avec Axway Decision Insight, nous sommes en mesure d'identifier les erreurs relatives aux commandes en temps réel. Grâce à une approche amont, nous économisons des dizaines de milliers d'euros par jour en termes de commandes bloquées. »

Jérôme Simon
Responsable de l'équipe de mise en œuvre
Monoprix

Risques opérationnels réduits

Avantages de la solution Axway

Grâce au déploiement d'Axway Decision Insight au sein de sa supply chain, Monoprix tire parti d'un éventail d'avantages :

- **Risques opérationnels réduits.** Aujourd'hui, aucune commande n'est perdue, les délais de livraison sont honorés et les magasins ne connaissent plus de rupture de stock. « Avec Axway Decision Insight, nous sommes en mesure d'identifier les erreurs relatives aux commandes en temps réel, indique Jérôme Simon. Grâce à une approche amont, nous économisons des dizaines de milliers d'euros par jour en termes de commandes bloquées. »
- **Optimisation des processus.** Monoprix peut à présent réaliser une analyse granulaire de ses processus afin d'identifier les commandes qui prennent trop de temps, de déterminer la source du problème et de modifier ses processus en conséquence.
- **Visibilité de bout en bout.** Monoprix contrôle aujourd'hui l'intégralité de son processus d'exécution des commandes et dispose de fonctions d'analyse prédictive qui l'avertissent des problèmes pouvant survenir si aucune mesure n'est mise en place.
- **Expérience client améliorée.** Les clients en magasin sont en mesure de localiser leurs produits favoris et les clients en ligne peuvent obtenir des informations en temps réel sur leurs commandes.

« Axway Decision Insight joue un rôle essentiel pour Monoprix en nous permettant de sécuriser les processus qui soutiennent nos activités stratégiques, commente Jérôme Simon. Grâce à la solution d'Axway, nous avons les moyens de protéger nos deux principaux canaux de vente : nos magasins et notre plate-forme d'e-commerce. »

Prochaines étapes

De nouvelles applications pour Axway Decision Insight

Monoprix étend actuellement le déploiement d'Axway Decision Insight pour intégrer de nouvelles fonctions et de nouveaux systèmes en 2016, qui incluent :

- **Le suivi du système de fidélité client** comprenant l'ensemble des flux de données impliquant l'utilisation des cartes de fidélité, en magasin et en ligne, en donnant priorité à deux aspects : le marketing et la comptabilité.
- **La surveillance technique des processus par lot** réalisés par le logiciel commercial de planification par lot déployé par Monoprix.
- **Le contrôle des extensions des applications qui sont déjà en production** sur son site d'e-commerce et dans le système de supply chain de ses magasins.

En ce qui concerne l'avenir, Jérôme Simon confie : « Chez Monoprix, nous sommes très satisfaits de la solution d'Axway, car elle répond clairement à nos besoins. À partir de maintenant, nous prévoyons de poursuivre nos investissements dans cette solution et de la déployer pour de nouvelles applications. »