

SMCP devient une entreprise omnicanale pour créer une relation client sans couture





SMCP

LES DÉFIS

Débloquer, analyser et exploiter les données

SMCP est un groupe français de prêt-à-porter haut de gamme créé en 2010. Il regroupe les marques Sandro, Maje, Claudie Pierlot et Fursac. Son ambition est de « diffuser l'élégance parisienne dans le monde » (présence dans 43 pays) via son réseau de boutiques physiques et en ligne.

SMCP souhaitait créer une vue unifiée de ses clients sur l'ensemble de ses canaux de vente pour mieux comprendre leurs habitudes d'achat, augmenter les points de contact et offrir une expérience personnalisée. SMCP cherchait également à approfondir les relations avec ses partenaires B2B en facilitant l'échange de données en temps réel pour leur permettre de commander les nouvelles collections plus facilement. Cela devait également permettre à SMCP de recevoir les détails des commandes plus rapidement et donc de réduire les délais de livraison.

Cependant, SMCP ne disposait pas de l'infrastructure informatique adéquate pour atteindre ses objectifs. L'enseigne ne pouvait pas facilement débloquer et exploiter les données critiques contenues dans ses systèmes legacy ce qui l'empêchait de créer une vue unique du client en interne et de partager certaines de ces données à ses partenaires. Concrètement, les équipes devaient télécharger manuellement les informations relatives aux commandes dans les magasins et les renvoyer vers d'autres systèmes à intervalles réguliers. Les téléchargements manuels étaient non seulement chronophages, mais entraînaient des duplications de données.

LES OBJECTIFS

Moderniser le socle technologique pour devenir une enseigne omnicanale

SMCP cherchait à pérenniser son infrastructure informatique et à accroître la satisfaction de ses clients et partenaires avec les objectifs suivants :

→ Créer une vue unifiée du client.

- Créer une expérience client sans couture entre le magasin et l'e-commerce.
- Débloquer et partager des données au sein de son écosystème y compris avec ses partenaires.

- Migrer ses systèmes vers le cloud pour améliorer l'agilité de l'entreprise et l'excellence opérationnelle.

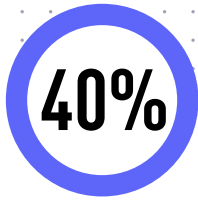
Afin d'atteindre ces objectifs, SMCP s'est tourné vers MuleSoft pour débloquer les données, afin de pouvoir les analyser et les exploiter plus rapidement.

3

« Au lieu de connecter la donnée en point à point pour créer de nouvelles applications, on utilise les API pour aller chercher les données là où elles se trouvent. Chaque système pioche directement là où se trouve la donnée: l'objet client dans le CRM, commande dans l'OMS, stock dans l'ERP. »

AURÉLIE MARTIN, DIRECTRICE INTÉGRATION ET SUPPORTS APPLICATIFS, SMCP





DE RÉUTILISATION
DES API



MOIS POUR LANCER UN
SHOWROOM VIRTUEL



APIS CRÉÉES

LA SOLUTION

Se connecter aux clients et partenaires d'une nouvelle façon

SMCP utilise MuleSoft Anypoint Platform™ pour acquérir l'agilité nécessaire au soutien de sa stratégie de transformation digitale.

« Au lieu de connecter la donnée en point à point pour créer de nouvelles applications, on utilise les API pour aller chercher les données là où elles se trouvent. Chaque système pioche directement là où se trouve la donnée : l'objet client dans le CRM, commande dans l'OMS, stock dans l'ERP... Auparavant, les téléchargements de données étaient manuels et effectués à intervalles réguliers tout au long de la journée. Grâce à notre stratégie API, l'échange de données se produit désormais

en temps réel, ce qui nous permet de les analyser et de les exploiter plus rapidement. », explique Aurélie Martin, Directrice intégration et supports applicatifs.

SMCP utilise la connectivité fondée sur les API pour accélérer son plan visant à créer une expérience d'achat omnicanale transparente pour ses clients. L'entreprise a pu construire une vue unique du client alimentée à la fois par les comportements d'achat en magasin et en ligne. « Grâce à MuleSoft, les nouveaux clients inscrits en magasin sont immédiatement enregistrés dans notre CRM, Salesforce, et ils reçoivent les invitations aux ventes privées plus rapidement, ce qui soutient la croissance du chiffre d'affaires. Ces mises à jour manuelles prenaient énormément de temps auparavant » explique Aurélie Martin.



MuleSoft a également permis à SMCP de gérer avec succès les perturbations causées par la pandémie de la COVID-19 et d'améliorer l'expérience de ses partenaires B2B. Lorsque la pandémie a forcé l'enseigne à fermer ses showrooms physiques - où les partenaires se rendaient pour découvrir les nouvelles collections et passer des commandes - SMCP a utilisé Anypoint Platform pour partager les données sur les produits, les prix et les stocks et lancer un showroom virtuel en seulement cinq mois. « Les clients B2B n'ont plus besoin de venir dans nos showrooms et de commander en remplissant un fichier Excel. Ils peuvent désormais visiter notre salle d'exposition virtuelle pour parcourir les collections et voir les niveaux de stock. Cet échange de données en temps réel nous

permet de préparer les commandes plus rapidement, tout en offrant une expérience d'achat plus pratique. » explique Aurélie Martin.

SMCP utilise également Anypoint Platform pour automatiser l'échange d'informations sur les commandes effectuées en ligne sur les marketplaces tels que Farfetch. Auparavant, les commandes étaient transférées à SMCP par lots tout au long de la journée. SMCP dispose désormais d'un échange de données en temps réel à l'aide d'API. « Avec MuleSoft, nous récupérons les commandes passées sur le site de Farfetch plus rapidement, ce qui réduit considérablement le délai de traitement », poursuit Aurélie Martin.

« Avec MuleSoft, nous avons été en mesure de réduire considérablement le temps de développement de nouvelles intégrations, ce qui a contribué à réduire le délai de mise sur le marché de nouvelles initiatives informatiques. MuleSoft permet à nos équipes de développement de travailler plus efficacement et en collaboration dans toute l'entreprise. »

SYLVIE QUANDALLE, GROUP CIO CHEZ SMCP



LES RESULTATS

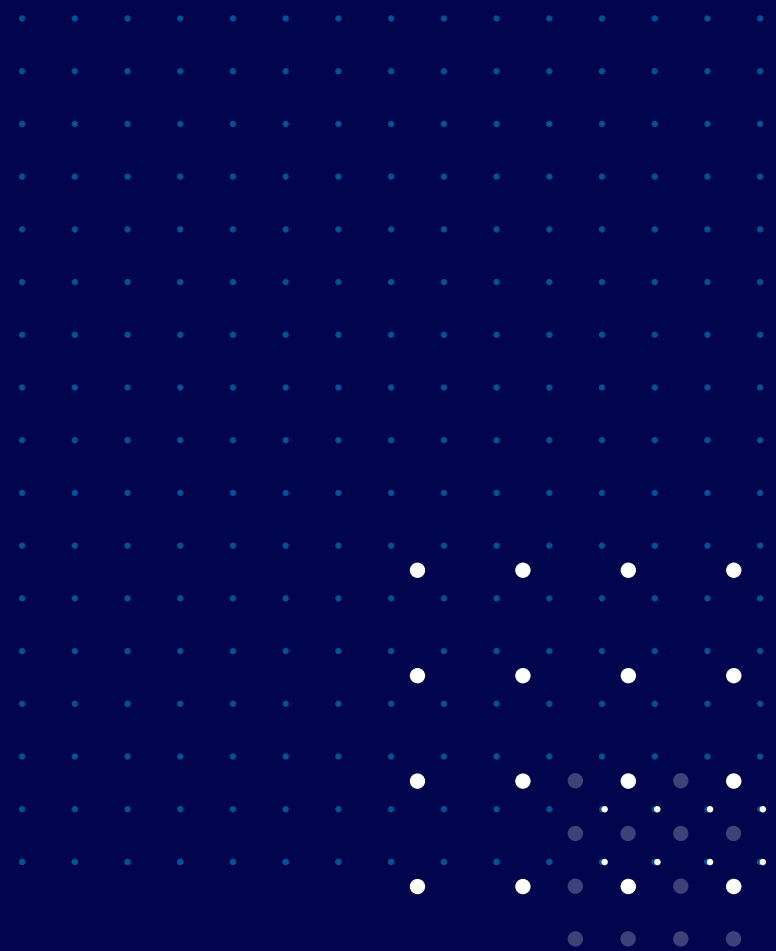
Accélérer la mise sur le marché grâce à la réutilisation des API

En seulement six mois, MuleSoft est devenu le « chef d'orchestre » de la stratégie IT de SMCP en facilitant la connexion des données de son écosystème interne et externe. « Avec MuleSoft, nous avons été en mesure de réduire considérablement le temps de développement de nouvelles intégrations, ce qui a contribué à réduire le délai de mise sur le marché de nouvelles initiatives informatiques. MuleSoft permet à nos équipes de développement de travailler plus efficacement et en collaboration dans toute l'entreprise », déclare Sylvie Quandalle, Group CIO chez SMCP. De plus, SMCP a atteint un taux de réutilisation des connecteurs et des API de 40 %. « Cela signifie que nous économisons une quantité incroyable de temps et d'argent pour chaque nouveau projet », poursuit Sylvie Quandalle.

Anypoint Platform fait désormais partie intégrante des projets stratégiques de l'entreprise. SMCP prévoit en effet d'utiliser les API pour transformer sa chaîne logistique. L'enseigne cherche à réduire le temps entre la prise de commande et la préparation de 2,5 heures à quelques minutes pour pouvoir livrer ses clients en moins de deux heures. Cela aura également pour effet d'améliorer la gestion des stocks et de réduire le nombre d'articles invendus à la fin de chaque saison,

« MuleSoft sera un élément central de tous nos futurs projets. »

deux objectifs au cœur de la stratégie de l'enseigne pour devenir une entreprise durable. « MuleSoft sera un élément central de tous nos futurs projets », conclut Sylvie Quandalle.



MULESOFT, UNE SOCIÉTÉ SALESFORCE

MuleSoft, la première plateforme d'intégration et d'APIs au monde, permet de connecter facilement les données de n'importe quel système, quel que soit leur emplacement, afin de créer des expériences connectées, plus rapidement. Des milliers d'organisations, tous secteurs confondus, font confiance à MuleSoft pour améliorer la vitesse, l'agilité et l'innovation de manière étendue. Pour en savoir plus, visitez notre site Internet www.mulesoft.com/fr.

MULESOFT EST UNE MARQUE DÉPOSÉE DE MULESOFT LLC, UNE SOCIÉTÉ SALESFORCE.
TOUTES LES AUTRES MARQUES SONT CELLES DE LEURS PROPRIÉTAIRES RESPECTIFS.