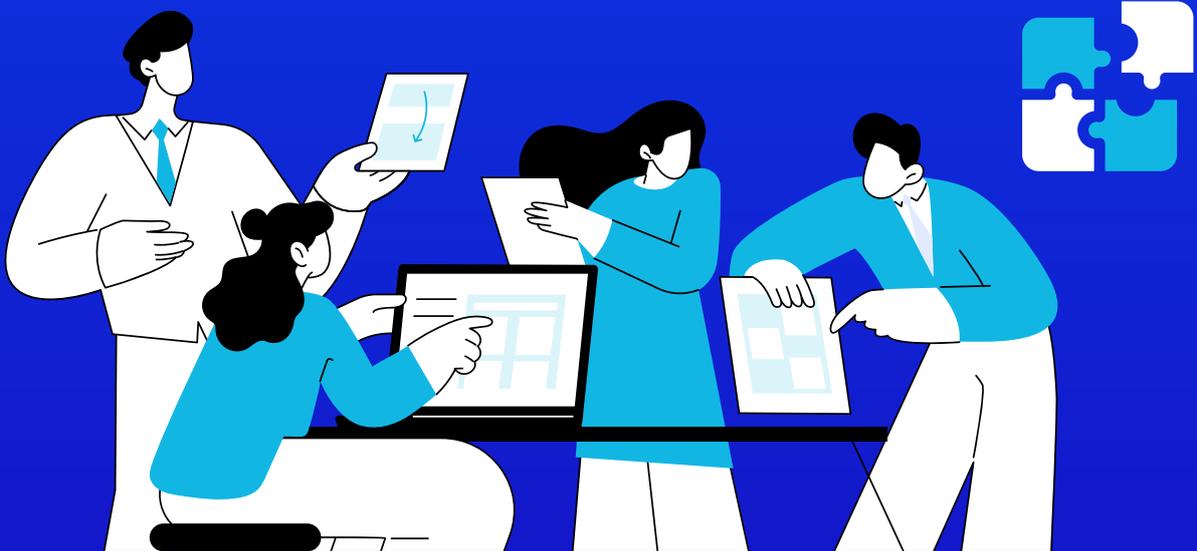


Témoignage client

Briser les silos et améliorer la collaboration entre les équipes grâce à un CRM unifié

Groupe Beaumanoir





Présentation de l'entreprise

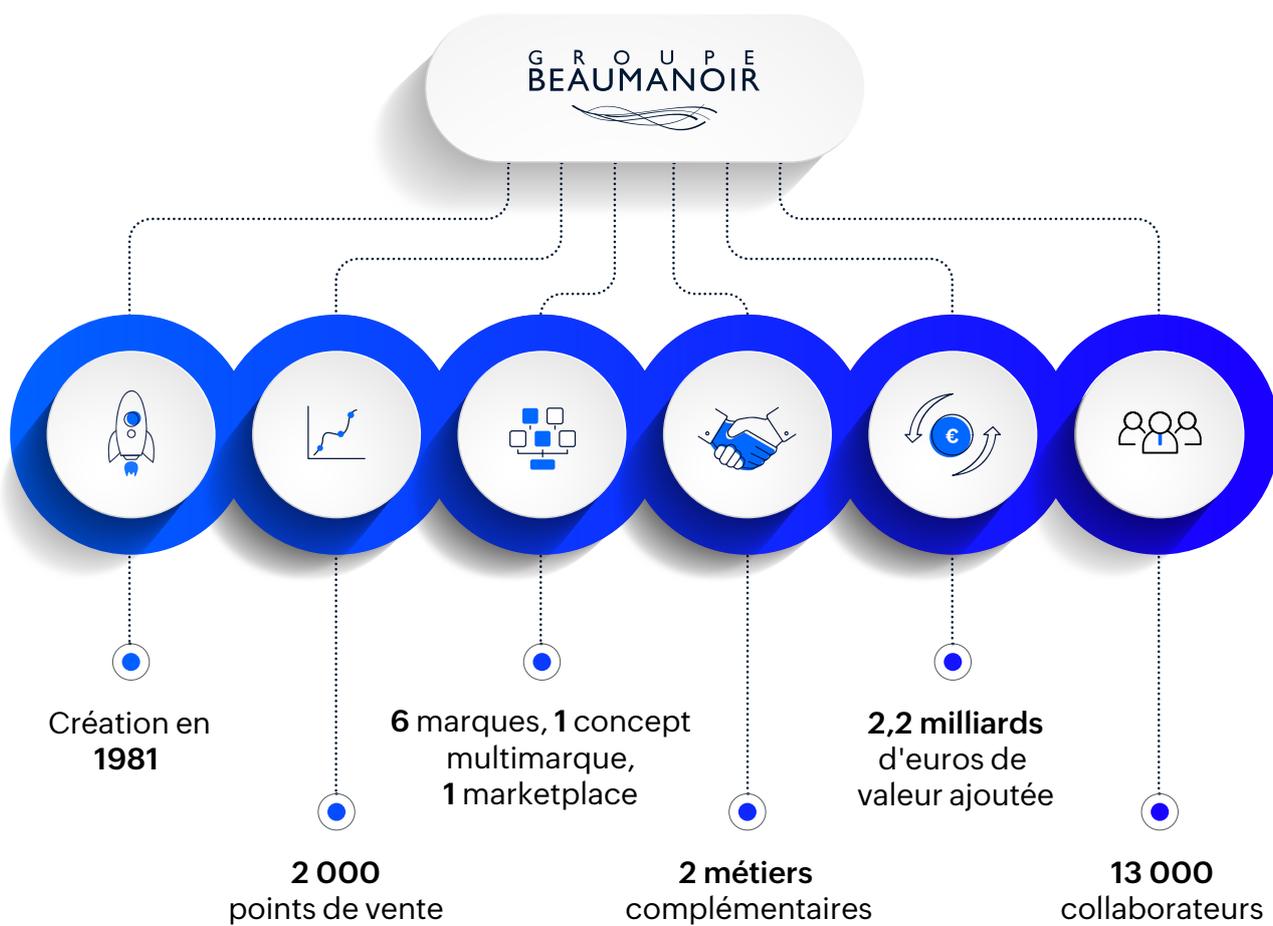
Le Groupe Beaumanoir est un groupe familial français, fondé en 1981 par Roland Beaumanoir. Précurseur dans le prêt-à-porter français, le groupe n'a cessé de se développer et de se réinventer depuis sa création, et compte aujourd'hui pas moins de 2 000 points de vente dans le monde, articulés autour de cinq marques et enseignes (Cache Cache, Bréal, Bonobo, Morgan, Carroll), un concept multimarque (Vib's), une marketplace lifestyle (Sarenza.com), mais aussi une marque partenaire (La Halle).



Aujourd'hui, les activités du Groupe Beaumanoir s'organisent autour de deux métiers complémentaires :

La création et la distribution de prêt-à-porter : les articles des marques - vêtements et accessoires de mode - sont conçus par ses équipes basées à Saint-Malo et Paris et produits en lien avec ses partenaires fournisseurs. Ils sont ensuite commercialisés dans les magasins exploités par le groupe ou par ses partenaires affiliés et sur internet, via les sites e-commerce en propre et ceux de ses partenaires.

La supply chain : la filiale logistique du groupe, nommée C-LOG, se charge de l'acheminement des produits depuis les différentes régions d'approvisionnement vers ses dix sites logistiques, puis vers les magasins ou directement chez les clients, physiques ou du e-commerce.



Véritable géant français du retail, le groupe affiche en 2023 une croissance remarquable et comptabilise 13 000 collaborateurs.

C'est avec la volonté d'être fidèle à ses valeurs que sont l'esprit commerçant, la proximité, l'humilité, la réactivité, la passion, le respect et le progrès, que le groupe Beaumanoir est en constante recherche de nouvelles façons d'améliorer l'expérience d'achat offerte à sa clientèle et ses partenaires. Bien conscient des transformations des modes de consommation et de l'évolution des attentes des consommateurs, le groupe affiche aujourd'hui une ambition assumée qu'il concrétise chaque jour un peu plus : devenir un acteur incontournable de la distribution textile omnicanale.

Particularité et problématique

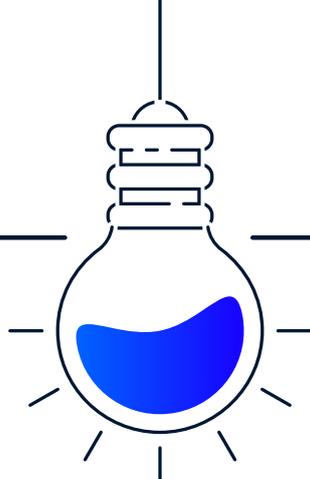


Groupe principalement retail, Beaumanoir exerce également des activités en B2B (interentreprises), notamment à travers des partenariats avec des magasins multimarques, marketplaces et distributeurs exclusifs à l'international. Moins exposée au grand public, cette partie des activités - qui représente plusieurs dizaines de millions de chiffre d'affaires - est porteuse d'importants enjeux pour le groupe, ses clients et partenaires.

Pour encadrer et gérer ses activités B2B, le groupe utilise une plateforme spécifiquement dédiée, un outil qui permet de gérer le commerce de gros avec les entreprises clientes. Pour fonctionner, cet outil doit pouvoir être alimenté de données provenant d'applications et de services différents, comme la comptabilité, les catalogues, les tarifs, le marketing, les stocks, etc.

La fiabilité des données et l'assurance de leur transfert sont donc des facteurs décisifs pour le bon fonctionnement de la plateforme, et une telle interconnexion d'outils nécessite un interfaçage sans faille.

De cette façon, pour être en mesure de monitorer l'ensemble des données qui transitent entre les outils et les services, le groupe se base sur un Système d'Information (communément appelé SI).



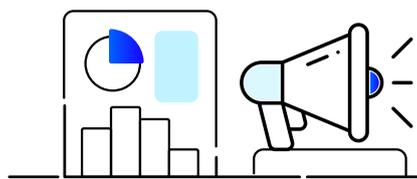
Un système d'information est un ensemble de ressources permettant à une entreprise de traiter, de transformer, de stocker puis de redistribuer des informations en fonction des utilisateurs. Il permet à une entreprise de coordonner ses activités et contribue à l'atteinte de ses objectifs.

Chez le groupe Beaumanoir, ce système d'Information s'articule autour de deux pôles :



Le back office :

Vérification des informations de référentiels : clients, magasins, interlocuteurs, etc. ; des opérations : catalogues, commandes, d'envoi de confirmations)



Le front office :

Zone visible par la clientèle et en contact direct avec elle : équipe commerciale, marketing, support utilisateur, service après-vente).

Chacun de ces pôles est donc constitué d'une multitude de services, qui utilisent leurs propres applications pour la gestion des tâches. Ces applications possèdent chacune leurs spécificités, mais également certaines problématiques...

Car au-delà de leurs qualités intrinsèques, ce qui caractérise toutes ces applications, c'est bien leur besoin d'intégration.

Avant l'utilisation de Zoho CRM par le groupe, les données qui y étaient générées peinaient à arriver aux bonnes équipes à cause d'un manque de flexibilité et de fluidité des outils, générant des problèmes de double ou triple saisies, et de manque de mise à jour d'informations essentielles.

Le client final, dernier maillon de la chaîne de vente, voyait évidemment son expérience en pâtir : comment lui offrir une expérience digitale moderne et interactive, si l'accès aux informations le concernant (statut des commandes, dates de livraison, etc.) ne lui était pas facilement disponible ?



Ainsi, à cause de la croissance de l'activité et des nouvelles attentes digitales des consommateurs B2B, les outils qui accompagnaient les services au quotidien étaient devenus obsolètes.

Ce système d'information - vieillissant et peu communicant - n'était dans l'état actuel plus en mesure de s'aligner aux besoins et objectifs grandissants du groupe.

C'est donc avec un triple objectif que le groupe Beaumanoir s'est lancé dans la refonte de son système d'information B2B :

1

Modernisation du Système d'Information obsolète

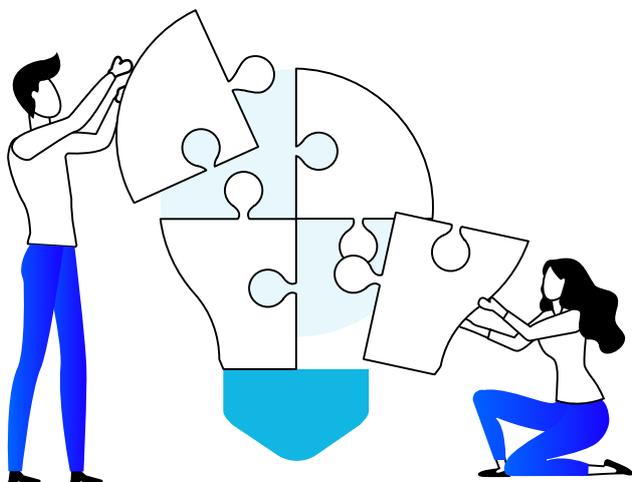
2

Intégration à l'écosystème existant

3

Amélioration du service client

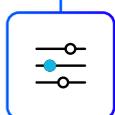
La solution



C'est alors avec une pleine compréhension du problème et de ses tenants et aboutissants que le groupe Beaumanoir entame les recherches d'une solution fiable et durable pour moderniser son Système d'Information B2B.

Après analyse de l'état des lieux et des différentes alternatives, les besoins rencontrés se précisent rapidement. Pour rassembler et unifier l'ensemble des applications utilisées par le groupe, il apparait comme nécessaire de les connecter à travers une brique supplémentaire, autour de laquelle s'articulerait l'ensemble des activités et des échanges de données du pôle B2B : un CRM.

Les critères de choix, alors dictés par les besoins du groupe, sont clairement définis. Ce CRM doit être :



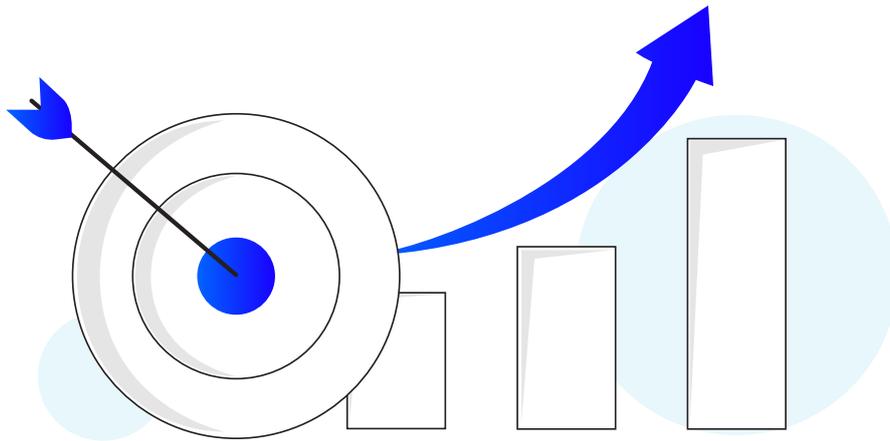
Facilement paramétrable, que les équipes puissent rapidement prendre en main sans aide extérieure, et personnalisable sans difficulté ni coût caché.



Nativement communicant, à la fois de machine à machine (à travers l'utilisation d'API, le transfert de fichiers, etc.) mais également de machine à humains (avec l'envoi d'e-mails ou de tâches à effectuer, par exemple).



Capable de supporter des règles métiers, qui peuvent être complexes et différentes les unes des autres (le pôle B2B comporte plusieurs services qui s'adressent à des marchés variés).



L'objectif principal est de parvenir à décroisonner les données produites par chaque service, de manière à ce qu'elles soient centralisées et partagées au sein du CRM.

Au cours de ses recherches d'une solution pour unifier et moderniser son écosystème, le groupe Beaumanoir fait la rencontre de Zoho CRM, et entame son exploration en éprouvant les fonctionnalités et la documentation disponible. Après six mois d'implémentation et de test sur environnement, en collaboration avec VivaSoft, partenaire intégrateur de l'éditeur, Zoho CRM prend vie au sein du groupe Beaumanoir.

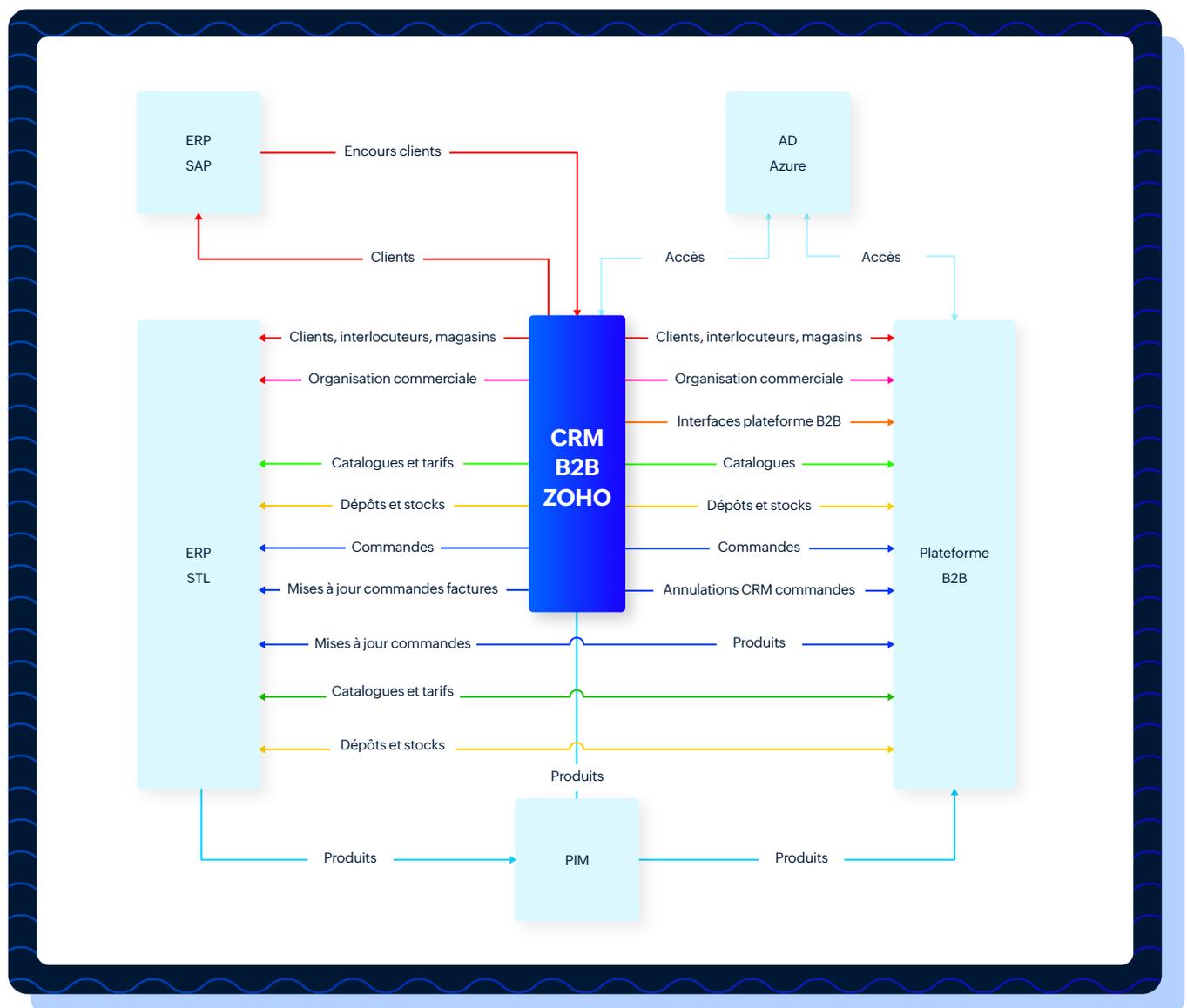
L'implémentation de Zoho CRM chez Beaumanoir a été un vrai challenge tant sur le nombre de données que sur le nombre de scripts écrits en DELUGE. Nous étions d'une parfaite complémentarité avec Erwan, chef de projet CRM chez Beaumanoir. Erwan était notre SPOC connaissant tous les aspects métiers et Vivasoft était son point technique qui validait toute l'architecture, les process et les développait.

Christian Pompier - Directeur Général VIVASOFT

Interconnecté à l'ERP, aux outils marketing, aux outils financiers, au référentiel produits (PIM), Zoho CRM devient le centre des activités B2B du groupe et de l'échange d'informations. En langage informatique, on appelle cela un "Middleware" : un logiciel qui crée un réseau d'échange d'informations entre différentes applications informatiques, données et utilisateurs.

Toutes les applications y sont alors interconnectées, de manière native grâce à la marketplace de Zoho, ou avec des API facilement et rapidement interfaçables.

Ce qui ressemblait alors à un agglomérat d'applications est transformé en un véritable écosystème, au sein duquel la fluidité des échanges entre les applications produit des effets bénéfiques sur la communication entre les équipes.



L'utilisation de Zoho CRM comme middleware de l'écosystème Beaumanoir élimine ainsi toute action manuelle, vectrice de doublons et d'erreurs, au profit d'un enrichissement automatique des données vers le CRM, la plateforme B2B, et les ERP.

La flexibilité de Zoho CRM a de ce fait permis au groupe Beaumanoir de révéler la richesse de la donnée produite, sans pour autant être disruptif dans son implémentation. En s'intégrant naturellement à l'ensemble des outils utilisés par les différents services, Zoho CRM offre à présent au groupe la possibilité de parfaire et d'enrichir les règles métiers existantes tout en offrant plus d'autonomie aux équipes.



De plus, la connectivité native (sans développement annexe) de Zoho CRM à un outil de Business Intelligence (Zoho Analytics) permet au groupe de créer de toutes pièces des rapports modernes dédiés à l'activité B2B, pour en améliorer le pilotage.

Et à l'utilisation du CRM s'ajoutent également de multiples outils collaboratifs Zoho (Forms, Sheet, Meet, Projects), qui offrent aux utilisateurs et aux clients de nouveaux services digitaux et innovants.

L'ambition et le challenge étaient de parvenir à remplacer le système d'information existant, tout en conservant et en donnant du poids et de la valeur aux applications déjà utilisées par le pôle B2B.

Le CRM permet ainsi aux équipes de faire plus, tout en utilisant mieux les outils existants : puisque chaque donnée est désormais envoyée à la bonne personne et au sein du bon outil, chaque service possède une meilleure utilisation des outils et de leurs fonctionnalités.

C'est bien la grande force du CRM ; s'inscrire comme un outil fédérateur ayant comme double rôle de :

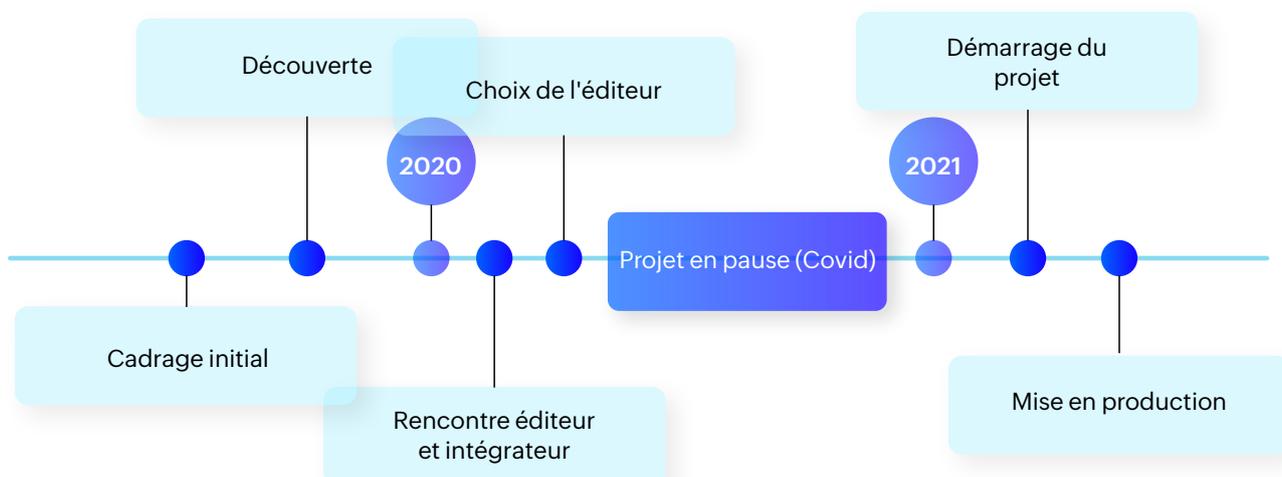
- ◆ Remplir ses fonctions premières de centralisation et de gestion de la donnée.
- ◆ Cimenter les ressources du groupe, qu'elles soient matérielles ou humaines.

Zoho CRM a ainsi permis de moderniser et de fiabiliser le Système d'Information B2B du groupe Beaumanoir en offrant une intégration à la fois complète et flexible entre l'ensemble des outils et des services. La communication entre les services en ressort nettement plus fluide, et cela se ressent sur la relation avec le client ; ces derniers bénéficient d'une expérience plus complète, sans pour autant nécessiter d'action manuelle de la part du groupe.

La bonne donnée arrive entre les mains des bonnes personnes et au bon moment, que ce soit en interne (entre les services et les applications), mais aussi vers l'extérieur avec l'automatisation des communications vers les clients et un ciblage et une segmentation plus riches.

Retour sur l'implémentation du projet

Un projet mené en seulement 6 mois (hors cadrage initial)



Par la suite

Les différents services du groupe Beaumanoir sont désormais totalement maîtres du projet, si bien qu'ils sont en mesure de formuler des demandes très spécifiques relatives à leurs métiers respectifs. Après trois ans, le projet est un tel succès que son périmètre s'agrandit : intégration de nouvelles marques, périmètre fonctionnel plus étendu (intégration de fonctionnalité type ERP), augmentation des services aux commerciaux et aux clients. Certains développements et fonctionnalités vont ainsi voir le jour pour permettre une intégration toujours plus poussée et personnalisée au sein de l'écosystème Beaumanoir.



Témoignage client réalisé en décembre 2023.