

Le pure player de la vente en ligne de matériel photo et vidéo Miss Numérique.com a fait appel à la solution Planipe d'Ordirope (Groupe GFI Informatique) pour augmenter son taux de réponse aux commandes clients. Résultat : en 6 mois, il a divisé ses ruptures par 2, tout en réduisant ses stocks de 15 %.

Julien Laurent,
Président
et Co-Fondateur
de Miss Numérique :
« Face aux acheteurs
qui vous disent que
ce logiciel est fou,
il faut avoir
confiance !!! »



© MISS NUMÉRIQUE

MISS NUMÉRIQUE

recadre ses stocks

Miss Numérique en chiffres

- Pure Player de la vente en ligne de matériel photo et vidéo
- Créé en mai 2005
- 17 M€ de CA 2014
- 30 collaborateurs
- 150 marques distribuées
- 15.000 références en ligne
- 400.000 clients
- 120.000 colis expédiés en 2014
- 10 % d'export

Animée par une équipe de passionnés de photographie numérique, Miss Numérique.com a été lancée en 2005 par des anciens de Boursorama. D'abord spécialisée dans la distribution de cartes mémoires pour les consoles de jeux, les appareils compacts numérique et les GPS, Miss Memory a été rebaptisée Miss Numérique en 2006 pour marquer la volonté de ses associés fondateurs d'élargir leur offre face à un besoin avéré. « A l'époque, l'offre en matériel photo était peu présente sur le Net hormis Amazon, et pour s'équiper, il fallait passer par la Fnac, Darty, etc., se remémore Julien Laurent, Président et Co-Fondateur de Miss Numérique. *Nous voulions nous imposer dans la distribution de matériel photo et vidéo par étapes, en partant de 3 points clés : la passion (critère de recrutement), le sens du client et le respect de nos engagements (vis-à-vis de nos clients et de nos fournisseurs).* » Ce qui leur a plutôt réussi puisque Miss Numérique a bien grandi depuis. Elle propose en effet aujourd'hui un catalogue de plus de 15.000 références, a

réalisé un CA de 17 M€ en 2014 avec 30 collaborateurs et a expédié plus de 120.000 colis, dont 10 % à l'international.

Une culture du « fait maison »

Pour se démarquer, Miss Numérique a mis sur une offre ultra spécialisée qui fait appel à plus de 150 fournisseurs. « *Un bouchon d'objectif est très difficile à trouver dans un magasin. Nous, nous les avons tous* », se félicite le Président. Une large gamme de produits disponibles, couplée à un service de 1^{er} ordre, délivré par une équipe de passionnés centrés sur le client qui respectent leurs engagements : telles sont les clés du succès de Miss Numérique, d'après son Co-Fondateur. Sans oublier un savoir-faire géré totalement en interne d'un bout à l'autre de la chaîne de valeur. « *La qualité de services est primordiale*, insiste Julien Laurent. *Dès 2005, nous avons un numéro non surtaxé que nos clients pouvaient appeler pour discuter avec de véritables experts. Et nous n'encaissions qu'à l'expédition du colis*», souligne ce fervent défenseur du « fait maison ». Les clients de Miss Numérique sont des passionnés composés à 70 % de particuliers et à 30 % de professionnels. Leur panier moyen

est de 150 €/ht. L'activité connaît 2 pics : en juillet (vacances d'été) et en décembre (Noël). Le site revendique environ 300.000 visiteurs uniques pour 500.000 visites par mois. Le taux de transformation oscille entre 1,5 % et 2 %, en haute saison. « Nous réalisons 90 % de notre CA en France mais notre croissance est tirée par l'international », précise Julien Laurent. En 2013, la société s'est en effet ouverte sur l'international (Belgique, Allemagne, Royaume-Uni) et a élargi son offre à la vidéo.

Si le client souhaite attendre, les ruptures génèrent des reliquats de commande

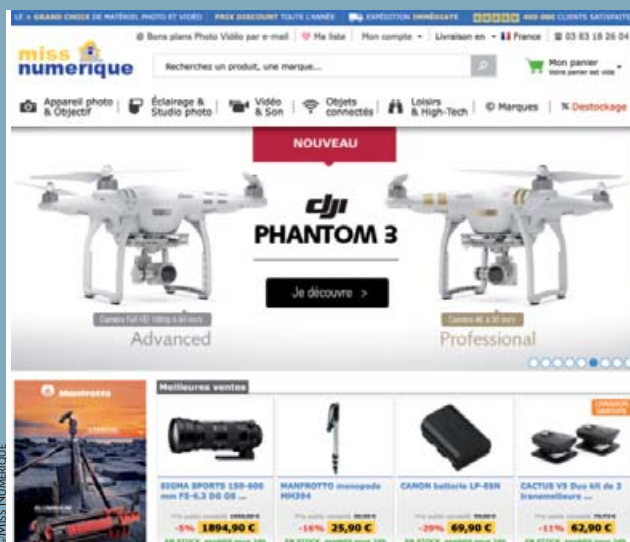
Pour aller plus loin dans la proximité client, Miss Numérique envisage d'ailleurs d'ouvrir prochainement une boutique pilote près de son siège. Installée depuis 2010 à Jarville La Malgrange, près de Nancy, Miss Numérique dispose de 1.100 m² dont 450 m² d'entrepôt en propre. Elle est satisfaite de ses bâtiments, plus accessibles aux transporteurs que lorsqu'elle résidait en centre-ville, car cela lui permet d'avoir un cut-off à 17 h (contre 13 h auparavant) pour des livraisons en J+1 avant 13 h. « Nous allons quand même devoir déménager en 2016, révèle le Président, car notre surface de stockage est trop petite. » Qu'ils soient professionnels ou particuliers, compte-tenu de la valeur des produits, les clients de Miss Numérique sont exigeants. « Le taux d'annulation d'une commande en reliquat est exponentiel si le délai d'expédition dépasse 5 jours », illustre le Co-Fondateur de Miss Numérique. Le Pure Player gère en fait 3 niveaux de rupture. Le 1^{er} correspond à des ruptures de 3 à 5 j dues à des commandes fournisseurs en attente. Le 2nd niveau, avec des ruptures d'1 à 3 semaines, porte sur des ruptures de fournisseurs plus lointains. Enfin, le 3^e niveau concerne des ruptures sur produits sans délais (ex : lors du séisme au Japon). Le client choisit, en fonction de l'information qui lui est communiquée, d'attendre ou pas son produit...

Le choix de Planipe

En 2012, Miss Numérique réalise un CA de 10 M€ avec 15 salariés. Elle dispose de son site d'entreposage à Jarville La Malgrange. Avec 6.000 références proposées sur son site e-commerce, Miss Numérique gère des stocks d'une valeur d'1 M€, en croissance. « En 2012, nous avons pris conscience que nous ne pouvions plus continuer à travailler avec 150 fournisseurs, ayant des délais

d'approvisionnement allant de 24 h à plusieurs mois, comme nous le faisons avec 50. Les ruptures étaient énormes, qui plus est sur des produits populaires, d'où des pertes de chiffre d'affaires. Il nous fallait un logiciel professionnel pour gérer tous ces problèmes », reconnaît Julien Laurent. En effet, la maîtrise du Besoin en Fonds de Roulement est capitale, et particulièrement en e-commerce. De plus, l'équipe dédiée aux

approvisionnements était réduite face au catalogue de références en forte expansion. Enfin, les fournisseurs eux-mêmes étaient demandeurs de visibilité sur le prévisionnel de commandes afin d'organiser au mieux leur production. Miss Numérique part donc à la recherche d'un logiciel « pour établir des prévisions fiables et gérer les lignes de commandes fournisseurs de façon semi-automatique. L'objectif était de maîtriser notre



De gauche à droite : Julien Laurent (Miss Numérique), Daniel Clément, Frédéric Plancher et Marc Braunshausen (Ordirope, Groupe GFI)



L'entrepôt en propre à Jarville La Malgrange stocke plus de 10.000 SKU sur 450 m².



Les clients (70 % de particuliers pour 30 % de professionnels) sont très exigeants.

niveau de stock sans dégrader notre taux de services dans un contexte d'extension du catalogue », résume le Président. D'avril à juin 2012, il discute avec son associé pour valider leurs besoins : en plus de générer des prévisions et d'aider Miss Numérique à maîtriser ses stocks et son taux de services, la solution devra s'adapter à son activité, s'interfacer avec son système d'information maison, pouvoir être paramétrée en interne après le lancement, gérer plusieurs fournisseurs, fournir un support utilisateur compétent, disponible et à l'écoute de son clients et bien sûr, proposer un modèle économique simple et maîtrisé. Un appel d'offre est ensuite lancé auprès de plusieurs éditeurs. Slimstock et Planipe finissent en short-list. C'est finalement ce dernier qui l'emporte.

Un engagement fort de Planipe sur les résultats

« Nous avons vu plusieurs démonstrations sur des domaines qui n'étaient pas les nôtres. Nous avons retenu Planipe parce que dès le début, nous avons pu faire des tests avec nos propres données, par rapport aux produits lents et aux stocks morts », explique Julien Laurent. D'autres atouts ont joué en la faveur de la solution d'Ordirope. L'adéquation fonctionnelle évidemment, mais aussi la possibilité de gérer l'optimum des produits lents et erratiques, la facilité et la rapidité de mise en œuvre de la solution, le calcul des enjeux dès l'avant-vente et l'engagement contractuel sur les résultats. « Notre objectif était de réduire les stocks de 15 % et de diviser par 2 les ruptures en 6 mois. Nous nous sommes engagés sur l'atteinte de ces résultats, sur le fait que l'exploitation de notre solution n'entraînerait pas de surcharge de travail en matière de prévisions et d'approvisionnements, à périmètre constant, mais aussi que nous rembourserions la totalité du montant du projet en cas de non-atteinte de ces objectifs », liste Frédéric Plancher, créateur de Planipe. « Aucun des autres concurrents ne le proposait », ajoute Julien Laurent.

Et pour cause ! La mise en œuvre de Planipe a duré 1,5 mois pour une mise en production en septembre 2012. « L'avantage de Miss Numérique est d'avoir ses propres ressources en interne. Si elles sont disponibles, le paramétrage de Planipe ne prend que 2 semaines », commente Marc Braunschauen, Responsable du développement des ventes de Planipe chez Ordirope, Groupe GFI.

Faire confiance à l'outil est payant

« Jusqu'à novembre, nous avons essayé les plâtres, poursuit le Président. Planipe nous

Groupe GFI Informatique en bref

- Entreprise de services numériques créée en 1970
- 804 M€ de CA 2014
- 11.000 collaborateurs
- Présent dans 8 pays : France, Espagne, Belgique/Luxembourg, Portugal, Maroc, Suisse et Côte d'Ivoire
- 5 métiers : Consulting, Application services, Infrastructure services, Enterprise solution et Software
- 4 secteurs : Public, Santé, Assurance Banque & Gestion d'actifs et Distribution & Services Transport
- 40 implantations en France

Ordirope en bref

- Intégré à la division Distribution de GFI depuis juin 2015
- 25 ans d'expérience de la distribution (fournisseurs, industriels, négociants)
- 11 M€ de CA 2015
- 100 collaborateurs
- 20 % de CA investi en R&D
- 500 sites clients actifs (agroalimentaire, hygiène & santé, quincaillerie & outillage, équipement de la maison)
- 4 gammes : ERP Minos, Prévisions/approvisionnement Planipe, CRM et E-Business

Planipe

C'est une suite de logiciels spécialisés dans la prévision (ventes, sorties...) et l'optimisation de stocks. Elle pilote les approvisionnements en tenant compte des contraintes fournisseurs pour optimiser à la fois le stock et le service client. Elle comporte 2 modules optionnels :

- un de prévisions collaboratives : il met à jour automatiquement des propositions budgétaires détaillées (par client et par produit) afin que l'ensemble des équipes commerciales puissent visualiser, adapter et valider leurs budgets de ventes.
- un de MIO (Master Inventory by Objectives) qui élabore des propositions de commandes optimisées en fonction des conditions et contraintes d'approvisionnement.

avait prévenu que dans un 1^{er} temps, les stocks pouvaient augmenter avant de se réduire. Et de fait, de 1,2 M€, nous sommes montés à 1,6 M€ en fin d'année, d'où un certain stress ! Face aux acheteurs qui vous disent que ce logiciel est fou, il faut avoir confiance !!!, avoue-t-il. Mais heureusement, comme prévu, les stocks sont redescendus à 1,1 M€ au bout de 6 mois, avec un CA en croissance. » En tout, 9 stratégies d'approvisionnements (i.e. types de réglages fins des différents paramètres de Planipe) ont été définies. La formation a duré 4 jours. « Les 3 approvisionneurs ont été obligés de s'éduquer par rapport à ces concepts de taux de service, de stock mort, de coût de pénurie, de stratégie d'acquisition, d'analyses statistiques... ce qui les a fait monter en compétence en matière de gestion d'approvisionnement », se réjouit Julien Laurent. En effet, les acheteurs/gestionnaires d'approvisionnement disposent dorénavant de nouveaux indicateurs clés : stocks morts et suggestion d'acquisition pour l'interne, prévisions de ventes et de ruptures vis-à-vis des fournisseurs (ce qui leur est utile en négociation). Ils peuvent aussi s'appuyer sur un véritable outil de gestion du stock : analyse de l'âge des stocks, gestion des anomalies statistiques (ex : pic d'une vente flash), du cycle de vie des produits (ex : fin de vie, substitution).

Des résultats qui continuent de s'améliorer

Ainsi, de mars 2013, date de l'atteinte des résultats promis, à mars 2015, les chiffres se sont encore améliorés. Le nombre de SKU (Stock Keeping Units, ou références en stocks) est passé de 8.500 à 14.600 tandis que le nombre de jours de stocks (rotation) est descendu de 38 j à 35 j (contre 60 j en septembre 2012). Dans le même temps, le pourcentage de commandes en reliquat a fondu de 13,97 % à 9,58 %, pour un même nombre d'acheteurs/approvisionneurs, qui sont toujours 3. « L'objectif est d'aller encore plus loin dans la finesse du réglage de Planipe et d'intégrer le magasin. Nous avons également de plus en plus de produits qui viennent de loin, d'où un besoin accru d'anticipation, déclare Julien Laurent, qui apprécie la collaboration (avant, pendant et après-vente) efficace et adaptée aux besoins de Miss Numérique. » La mise en place du module CMIO de validation de commande est également à l'étude... preuve que Miss Numérique est encore loin d'avoir fait le tour de la solution ! ■ CATHY POLGE