

CYLANDE – DEVRED

Omnicanalité et digitalisation



L'enseigne de prêt-à-porter Devred poursuit sa stratégie d'omnicanalité et de digitalisation de ses points de vente. Une démarche déjà amorcée en 2011 avec le lancement d'un site e-commerce marchand. Pour aller plus loin et proposer un parcours client sans couture, avec un socle commun aux points de vente et au web, le tout à l'international, Devred s'est tourné vers son partenaire, Cylande, qui gère depuis plus de dix ans son réseau de distribution et ses 303 boutiques au travers de différentes solutions. Le projet, démarré il a plus d'un an et demi, s'est décomposé en trois étapes. D'abord l'intégration, entre novembre 2014 et mars 2015, de la solution United Retail qui permet à l'enseigne de gérer la commande web et magasin (consultation des stocks en centrale, livraison multimodes, suivi des réservations en cours en magasin, recherche centralisée et multicritères, actions marketing à l'enlèvement, enlèvement partiel et inter-magasins des marchandises...). Deuxième étape : la migration du site e-commerce de Devred vers la nouvelle solution afin que tous les magasins aient accès à la plateforme de vente web. Enfin, la dernière étape vise la bascule de tout le CRM en juin prochain.

QUATRE ENJEUX CLÉS

Pour l'enseigne, le projet répond à quatre enjeux clés. D'abord, la mise en place d'un système d'information multicanal qui comprend la centralisation complète des données, l'uniformisation des processus et la mise à disposition d'une information unique et commune à tous les canaux. Il permet, aussi, de dynamiser l'image de l'enseigne, en adéquation avec les nouvelles fonctionnalités du site. Le projet joue, également, sur la valorisation de services comme le "click and reserve", le "click and collect", la "wish list", la personnalisation des articles ou encore la livraison des retouches à domicile. Enfin, il renforce la digitalisation du point de vente en dotant les vendeurs d'une tablette pour une aide à la vente renforcée. *"Cette première étape nous permet d'avoir une vision unique et temps réel de nos données clients et de l'ensemble de nos processus de vente"*, souligne Bernard Lamour, directeur Digital & Systèmes d'Information chez Devred. Sur cette base, l'enseigne entend continuer à enrichir ses processus tout en développant de nouveaux services à destination des clients. *"Il y a pour nous un enjeu fort à accompagner ce changement auprès des équipes de vente en magasin qui devront profiter de ces nouveaux modes de vente pour renforcer l'accueil, le conseil et la convivialité dans les magasins autour d'une approche qui sera émotionnellement connectée"*, ajoute-t-il. ■C.B.