

Villaverde unifie ses analyses et accélère ses décisions avec Qlik



« Qlik nous permet d'obtenir une vision consolidée de l'activité des magasins, pour optimiser l'assortiment, définir les opérations commerciales et négocier avec les fournisseurs. »

Daniel Valentin, Responsable Informatique, Sevea



Le groupe SEVEA

Le groupe Sevea est le premier réseau de jardinerie indépendantes en France, avec 170 points de vente, dont 70 sous la marque Villaverde. Particularité du groupe : chaque adhérent est à la fois propriétaire de son magasin et actionnaire de la centrale. Cette spécificité juridique permet une transparence qui se révèle dans la mise en place de la solution décisionnelle.

Proposer des services et de l'information aux franchisés

Le rôle de la centrale Sevea est de fournir différents services à ses adhérents, tels que le référencement des fournisseurs, une plate forme logistique, des solutions de communication, ainsi que des outils d'exploitation et de pilotage. Le suivi de l'activité des magasins n'est pas simple, car chaque franchisé

possède son propre système de gestion. Le groupe souhaite analyser en détail les ventes, mais les données à consolider sont très hétérogènes. Après avoir testé une première solution qui se révèle complexe car elle nécessite de créer des cubes OLAP, Sevea découvre Qlik. DIMO Software, partenaire Qlik, réalise alors une maquette qui séduit par la rapidité de mise en œuvre, la simplicité d'utilisation et les performances. « Nous analysons 30 millions de lignes, sur 740 000 références articles, et les temps de réponse de Qlik sont immédiats, » constate Daniel Valentin, Responsable Informatique de Sevea.

Des données utiles pour se benchmarker

A l'origine, le groupe souhaite développer une application essentiellement dédiée à la centrale, pour analyser les ventes de produits et suivre les résultats des opérations publicitaires. Mais rapidement, les jardinerie expriment leur souhait d'accéder elles aussi à ces données pour pouvoir notamment se comparer en partageant l'information entre les magasins.

FOCUS

Secteur :

Distribution

Défis :

Villaverde souhaitait obtenir une vision unifiée de l'activité de ses magasins franchisés, équipés de systèmes hétérogènes, pour analyser les ventes et partager les meilleures pratiques.

Solution :

Villaverde a choisi Qlik pour sa simplicité d'utilisation, sa rapidité de déploiement et ses performances sur les gros volumes. Dédié au départ aux analyses de la centrale, Qlik est en cours de déploiement dans 70 jardinerie qui peuvent maintenant comparer leurs performances et optimiser leur activité commerciale.

Bénéfices :

- Vision exhaustive des ventes pour mener les négociations avec les fournisseurs
- Données unifiées et consolidées pour comparer les performances des magasins
- Meilleure image de la centrale, qui apporte un service précieux



TEMOIGNAGE VILLAVERDE



« Cette transparence de l'information leur est très utile pour détecter les meilleures pratiques et les appliquer dans leur point de vente », ajoute Daniel Valentin.

Une vision unifiée sur des indicateurs journaliers

Les tickets de caisse sont intégrés chaque soir dans le datawarehouse, qui permet ensuite à Qlik d'accéder aux informations détaillées des 60 magasins.

Pour normaliser les données et permettre une comparaison au niveau le plus fin, le fichier des codifications Gencod des produits est également intégré dans Qlik pour pallier le problème des systèmes sources hétérogènes. Une exploration en profondeur est ensuite possible pour analyser les ventes par rayon, par produit, par fournisseur, par opération commerciale...

Des comparaisons peuvent être effectuées en quelques clics, sur différentes périodes ou entre magasins ou groupes de magasins. Les courbes d'évolution des chiffres mettent facilement en évidence les saisonnalités.

Des réponses à toutes les questions

Grâce à la Business Discovery, les utilisateurs peuvent explorer librement les données et obtenir des réponses immédiates à des questions telles que :

« Quels sont les produits que les autres magasins vendent mieux que moi ? »

« Quelles sont les catégories de produits qui

se vendent le plus le dimanche ? »

« Quels sont les produits que je dois approvisionner, compte tenu des ventes de la période précédente ? ».

Grâce à la simplicité d'utilisation de Qlik, les réponses à ces questions s'obtiennent en quelques clics, et permettent d'aller plus loin dans l'exploration en suivant un processus naturel de pensée.

L'ergonomie unique de Qlik met en évidence les éléments sélectionnés, mais aussi ceux qui ne sont pas présents dans la sélection, ce qui est utile pour repérer les produits du catalogue qui ne sont pas en magasin, par exemple.

Des données consolidées pour les négociations fournisseurs

Avec Qlik, la centrale possède toutes les informations détaillées sur les ventes des jardinerie, au jour le jour, et peut évaluer rapidement les tendances, en comparant les périodes.

Cette information est également essentielle pour dialoguer avec les fournisseurs. « Cela nous donne plus de poids et de crédibilité auprès des fournisseurs, constate Daniel Valentin. Nous pouvons également prendre des décisions plus objectives pour les opérations commerciales. » Au final, tout le monde bénéficie de cette nouvelle organisation décisionnelle, et la centrale développe une image très positive vis-à-vis des magasins franchisés.



En savoir plus sur www.dimo-decisionnel.fr