



Active dans le secteur depuis maintenant 150 ans, la quincaillerie Conradt, en s'installant, il y a trois ans sur le site de l'ancien terrain de football d'Ensival, a doublé sa superficie. Aujourd'hui, cette société familiale emploie 23 personnes en équivalent temps plein et réalise un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 8 millions d'euros.

Monsieur Jacky Conradt, propriétaire de l'établissement, nous relate le cheminement qui l'a conduit à la mise en application d'un outil décisionnel au sein de son entreprise.

QUINCAILLERIE CONRADT ET LA BUSINESS INTELLIGENCE FONT BON MENAGE

La Business Intelligence a pour objectif d'analyser l'ensemble des données de l'entreprise (et même, dans certains cas, des données externes), pour en dégager des informations essentielles pour sa gestion. Elle permet, dans la plupart des cas, d'analyser des données pour en tirer des informations sur le business dont l'analyse ne serait nullement possible sans un tel outil.

En quoi consiste l'activité d'un magasin tel que le vôtre et quel est son positionnement par rapport au secteur ?

J.C. L'activité est la quincaillerie telle qu'on l'entendait avant, c'est-à-dire avec tout ce qui est produits « non food », y compris des articles de type sanitaire, bois, jardinage, ménage, outillage, etc... Aujourd'hui, le catalogue articles comporte 150.000 références.

Ce chiffre donne la juste dimension de l'ampleur de ce que nous devons gérer. Notre positionnement sur le marché est bien spécifique. D'une part, nous avons intégré les articles de ménage dans le magasin, ce qui nous permet d'avoir une clientèle plus « familiale » que les quincailliers « traditionnels ». D'autre part, nous pratiquons le « multi-marques » en ayant des gammes très profondes et très larges, permettant au client de trouver le meilleur rapport qualité/prix tout en bénéficiant de conseils.

... notre catalogue articles comporte 150 000 références

Pourriez vous décrire le système informatique que vous utilisez ?

J.C. En terme de hardware, nous disposons d'un IBM i-serie. J'ai toujours été partisan de garder cette infrastructure, principalement pour des raisons de fiabilité. Sur cette plate-forme, nous utilisons un logiciel de gestion développé sur mesure par Syllis il y a maintenant plus de 10 ans. Bien entendu, ce système ne cesse d'évoluer avec la société...

... un an à peine après la phase de réflexion, nous sommes maintenant opérationnels.

Quel est le contexte qui vous a conduit à vous doter d'un outil décisionnel ?

J.C. Au fil des années, nous nous sommes aperçus que nous demandions de plus en plus de développements spécifiques dans le domaine des statistiques. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé d'utiliser les bases de données de notre système transactionnel de gestion pour les exploiter via une architecture décisionnelle.

Cela nous offre une plus grande souplesse, une meilleure réactivité et, environ un an après la phase de réflexion et de décision, nous sommes maintenant opérationnels.



“ L’écoute de nos besoins a été fondamentale. ”

Comment s’est déroulée la mise en place du système de Business Intelligence ?

J.C. L’écoute de nos besoins a été fondamentale. Traduire en informatique ce que le client souhaite mettre en application, tel est le défi majeur que Syllis a su relever. La connaissance du business du client entre principalement en ligne de compte dans les facteurs de succès. La Business Intelligence ne se résume pas à la mise en place d’une procédure : elle requiert une compréhension du métier du client.

Avec le responsable BI Syllis, cela a bien marché dès le début, car nous nous sommes bien compris.

Pourriez-vous citer les principales statistiques réalisées dans votre entreprise ?

J.C. Analyse des passages à la caisse (fréquence, montants concernés, ...).
Analyse de l’évolution du stock en quantité et en valeur.
Analyse de l’évolution du prix, du volume et de la marge par famille de produit, par fournisseur, ...
Analyse de rentabilité.
Analyse du compte de résultat (P&L).

Pratiquement, comment se présentent vos statistiques et à quel rythme consultez-vous le système ?

J.C. Concrètement, les écrans se présentent de façon très « visuelle » avec beaucoup d’illustrations ; c’est bien plus amusant...

Le concept est celui du tableau de bord de la voiture avec des graphiques, des lignes, des boutons permettant d’aller plus en détail... L’outil avec lequel on travaille doit être adapté ! Je sais ce que je dis puisque je vends des outils...

Plus sérieusement, c’est bien entendu parce que je connais le métier et, que les

représentations graphiques me sont familières que je peux les interpréter correctement. Je consulte dès lors le tableau de bord tous les jours.

Quels sont les avantages majeurs que vous retirez de votre système de Business Intelligence ?

Le tableau de bord me permet principalement d’affiner toute la gestion journalière de l’entreprise. Les actions concrètes qui en découlent sont très nombreuses. En guise d’exemple, je citerai le passage à la caisse. Grâce à l’outil décisionnel, les horaires des caissiers et caissières ont été adaptés en fonction de l’analyse des flux clients. Auparavant, les statistiques étaient beaucoup moins précises et les décisions relevaient plus du bon sens, de l’expérience et de l’intuition.

La gestion plus pointue du stock constitue un autre avantage majeur car le stock est un élément déterminant pour la bonne gestion. Nous gérons un grand nombre d’articles saisonniers : les articles de jardin l’été et les articles de chauffage l’hiver. Ceux-ci sont approvisionnés une fois l’an. Avec notre nouvel outil, nous arrivons à mieux gérer les flux en tenant compte des demandes et des ventes des années précédentes.

Qu’en est-il de l’avenir et du retour sur investissement ?

J.C. Nous avons débuté la démarche BI depuis environ un an. Nous sommes autonomes mais, en fait, le système nous encourage à en vouloir toujours davantage... Ce qui fait que nos analyses ne cessent d’évoluer constamment, avec, à chaque fois, l’identification d’un nouveau bénéfice.

Dans l’immédiat, nous souhaitons encore pousser plus loin la solution en termes de « positionnement du produit dans son cycle de vie » : suivre l’évolution du prix du produit en fonction de ses ventes de façon à marquer la tendance générale du marché.

Telles sont les questions auxquelles nous tenterons de répondre via de nouveaux analytiques. Pour l’instant, nous sommes déjà heureux de tirer profit des données récoltées au sein de notre entreprise. A terme, nous étudierons l’opportunité d’inclure aussi des données externes.

En ce qui concerne le retour sur investissement, c’est comme lorsque l’on sème : il faut attendre avant de récolter... Donc, pour l’instant, c’est difficilement palpable, mais je suis un adepte de la gestion de l’entreprise en « bon père de famille » et, en tout cas, par rapport à notre démarche BI, je suis convaincu que la récolte sera au rendez-vous. Il vaut parfois mieux attendre un peu par rapport à ce que l’on peut développer plutôt que de mettre la charrue avant les bœufs.

“ En ce qui concerne la démarche BI, je suis convaincu que la récolte sera au rendez-vous. ”

Comment définiriez-vous la relation établie entre Syllis et vous ?

J.C. Nous faisons partie du groupement d’achat Ménouquin et c’est lorsque Syllis a repris l’informatique de Ménouquin que nous avons fait connaissance avec Syllis, il y a plus de dix ans. C’est la qualité des collaborateurs avec lesquels j’ai des contacts ainsi que le résultat « business » de ce qu’ils nous proposent qui est primordial pour cette collaboration.

Recommanderiez-vous la démarche à vos confrères ?

J.C. Il faut voir par rapport à leurs besoins... En tout cas, pour moi, mon outil décisionnel me convient.

Je ne peux pas dire si mes confrères pourraient l’utiliser tel quel, mais je les recevrai volontiers pour leur démontrer les avantages de la démarche.

C’est assurément la meilleure réponse que je puisse faire... ●

