

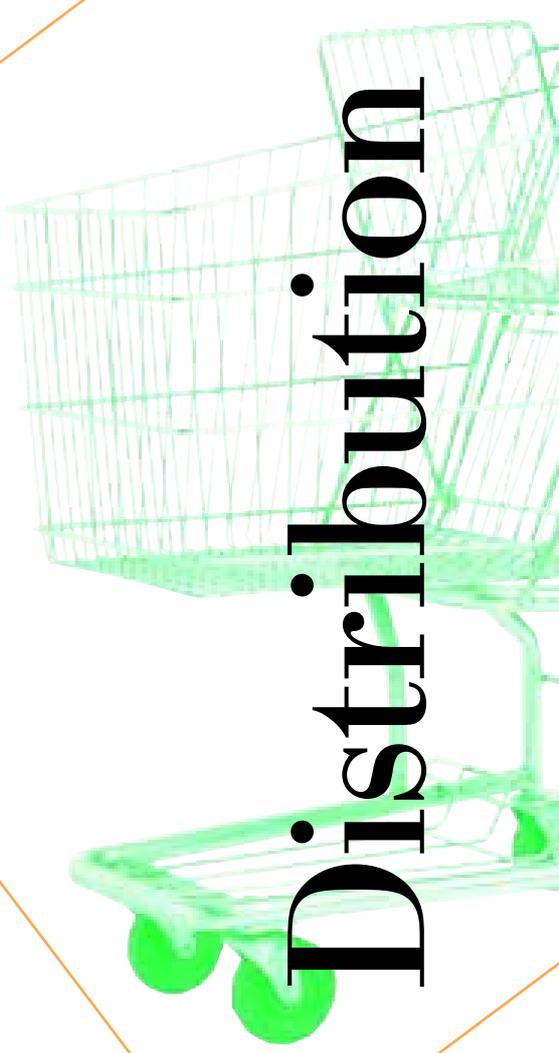
Solution eNetwork Software Host Access

“Voyant nos parts de marché et nos bénéfices diminuer, nous nous sommes associés avec les supermarchés voisins afin de partager les données relatives à nos clients respectifs. Cette association a produit des résultats spectaculaires, particulièrement sensibles au niveau de la fidélisation de la clientèle, du volume moyen des commandes et de la rotation des stocks.”

– Le directeur d'un magasin discount

Un grand magasin discount, pourtant solidement implanté dans le secteur, voyait ses parts de marché grignotées par un concurrent en pleine expansion qui disposait de magasins plus modernes et d'une infrastructure informatique très performante. Ce distributeur avait cherché par différents moyens à augmenter ses ventes, par exemple par des campagnes de publicité dans la presse ou de ventes promotionnelles. Si les campagnes de promotion touchent un large public, les études révèlent que les clients sont peu réceptifs à cette forme de publicité et qu'en tout cas, elle ne parvient pas à les fidéliser. En effet, les acheteurs se rendent dans le magasin pour acheter un article particulier mais ne reviennent pas systématiquement.

Le directeur de ce magasin discount doit absolument trouver le moyen de fidéliser les clients et de regagner des parts de marché. Lors du dernier conseil d'administration, le PDG de cette chaîne de distribution déclarait : “Nous devons tout faire pour améliorer nos résultats et éviter d'en arriver à prendre des mesures drastiques de licenciement, de fermeture de magasins et même de dépôt de bilan. Nous devons faire preuve de créativité pour améliorer notre compétitivité et augmenter notre chiffre d'affaires.”



Distribution

“Ce partenariat nous profite autant qu’au magasin discount. Il nous permet de réduire le coût des campagnes de promotion et donc de les multiplier. De plus, grâce à l’augmentation de notre chiffre d’affaires, nous pouvons investir plus facilement dans l’agencement de notre magasin, et contribuer ainsi à améliorer l’environnement du centre commercial.”

– *Le responsable marketing du supermarché*

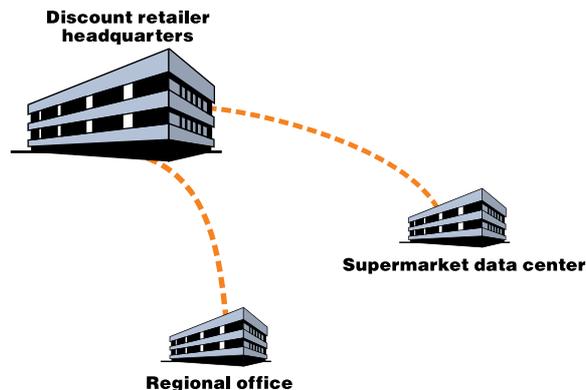
La solution

Après mûre réflexion, le directeur du magasin discount a fini par opter pour une joint venture avec une chaîne de supermarchés régionale. Son magasin, qui commercialise des produits alimentaires, mais dans une gamme assez réduite, est implanté dans le même centre commercial que le supermarché. Les deux magasins peuvent fixer ensemble le prix de vente de leurs produits respectifs en les ajustant au mieux à l’environnement local. Le directeur déclare : “pour augmenter notre chiffre d’affaires et nos marges, il nous suffit de collecter les données importantes sur les ventes, telles que les marques les plus prisées et les produits consommés par nos acheteurs habituels, et de les communiquer au supermarché avec lequel nous sommes associés. Jusqu’à présent, ces données très précieuses sur le comportement et les préférences de nos clients ne pouvaient pas être enregistrées par les caisses de sortie.”

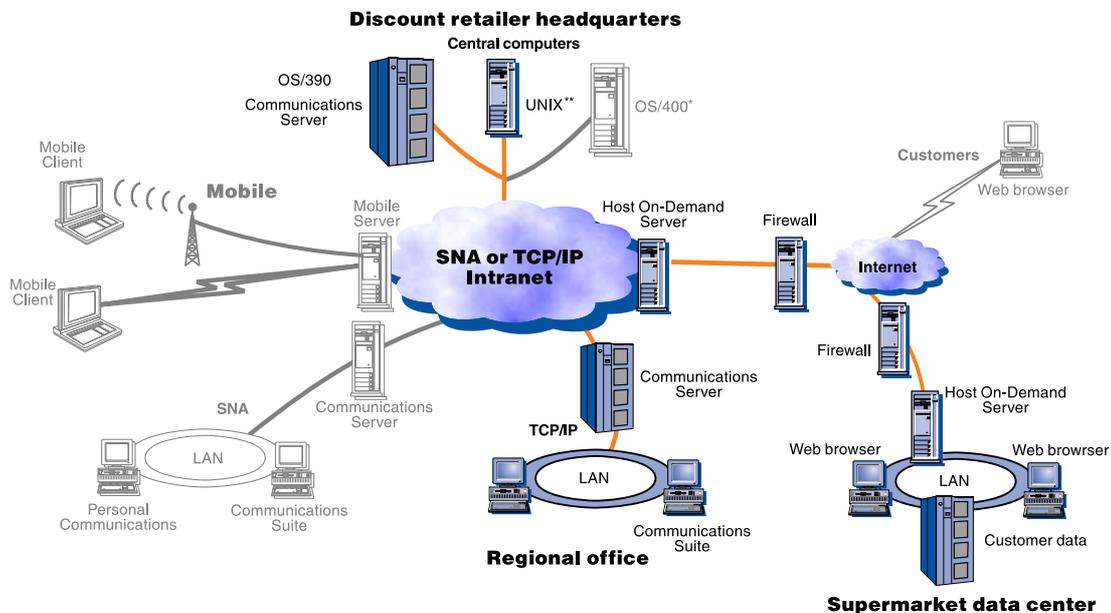
Le magasin discount et le supermarché vont mettre sur pied une série d’opérations de marketing sur le lieu de vente même, notamment par l’intermédiaire de bons de réduction,

d’annonces sur écran et de cartes privilège, pour engager les clients à visiter les deux magasins lors de leur passage au centre commercial. Par exemple, un client ayant fait des achats dans le magasin discount se verra remettre un ticket de caisse au verso duquel sera imprimé un bon de réduction pour le rayon alimentation du supermarché. Les clients du supermarché recevront également des bons de réduction pour le magasin discount.

La chaîne de supermarchés propose à ses clients une carte privilège leur permettant de bénéficier de réductions sur certains articles. Lorsque la carte est lue à la caisse, les achats sont enregistrés sur l’ordinateur central et il est ainsi facile de connaître les préférences des clients. Maintenant, le magasin discount offre la carte privilège à ses clients qui peuvent l’utiliser dans l’autre magasin également. Le directeur du magasin discount explique : “nous nous sommes aperçus que si nos campagnes de promotion et de publicité attiraient ponctuellement les clients locaux, ces derniers ne revenaient pas systématiquement visiter notre magasin. Grâce aux informations collectées sur les habitudes de notre clientèle les plus fidèles, heure de passage, articles achetés à chaque passage et attention portée aux prix, nous avons pu fidéliser davantage de clients, augmenter le volume des commandes et la rotation des stocks.”



La chaîne de magasins discount avait choisi l’un des ses magasins en cours de restructuration comme site pilote pour tester la carte privilège. La chaîne de supermarchés manifestait encore quelque réticence à partager les informations relatives à ses clients. Après plusieurs mois de test dans le magasin pilote, le supermarché se déclara prêt à étendre le projet pilote à ses magasins. Le responsable marketing du supermarché explique : “Ce partenariat nous profite autant qu’au magasin discount. Il nous permet de réduire le coût des campagnes de promotion et donc de les multiplier. De plus, grâce à l’augmentation de notre chiffre d’affaires, nous pouvons investir plus facilement dans l’agencement de notre magasin, et contribuer ainsi à améliorer l’environnement du centre commercial. Nous nous sommes déjà mis d’accord avec ses propriétaires sur les améliorations futures.”



Solution eNetwork Software Host Access. La solution adoptée par la chaîne de magasins discount est mise en évidence.

Environnement client

Le réseau de la chaîne de magasins discount présente la configuration suivante :

- Systèmes de transaction, applications de base de données, pages Web exécutés sur un système OS/390* et serveurs Windows** NT** pour le centre de traitement des données implanté au siège.
- Réseaux SNA et TCP/IP. Les applications financières et d'exploitation utilisent divers protocoles. Le responsable informatique souhaite faire migrer tout le réseau vers TCP/IP, mais ne dispose pas de budget supplémentaire pour récrire les applications.

Le réseau du supermarché inclut un centre de traitement des données doté d'applications de base de données et de pages Web exécutées sur des serveurs OS/390.

La solution

IBM est en mesure d'offrir une solution complète, fiable, sûre et répondant aux besoins du magasin discount et du supermarché. Cette solution est la suivante :

- Installation d'eNetwork* Host On-Demand et de pare-feu IBM (Firewall) aux endroits du réseau à partir desquels les deux partenaires se connectent à Internet. A partir d'un navigateur Web, chacun des deux partenaires peut accéder aux informations de l'autre, concernant notamment les cartes privilège et les habitudes d'achat des clients. Grâce à l'installation de pare-feu, un réseau privé est virtuellement créé par le biais d'Internet et la sécurité est assurée dans les deux sens.
- Installation d'eNetwork Communications Suite pour doter les postes de travail implantés dans le magasin discount de fonctions intégrales pour l'émulation 3270, l'exploration sur le Web et la prise en charge de TCP/IP.
- Installation d'eNetwork Communications Server au siège et dans les bureaux régionaux de la chaîne de magasins discount pour offrir une intégration de réseaux complète. Le responsable peut alors mettre en oeuvre un réseau TCP/IP de bout en bout sans avoir à modifier les applications SNA.

Principaux avantages

Les avantages de la solution d'intégration hôte eNetwork Software pour le magasin discount sont les suivants :

- Collaboration avec les magasins de proximité en vue de partager les données relatives aux clients et de fidéliser davantage de clients.
- Rotation plus rapide des stocks grâce au ciblage sur les produits les plus prisés par les clients qui permet en outre d'ajuster les prix selon leur préférence.
- Réduction des coûts de gestion grâce à l'unification des réseaux SNA et TCP/IP.

Solution eNetwork Software Host Access

On assiste aujourd'hui à une métamorphose complète des entreprises qui font désormais de la gestion de l'information, souvent négligée par le passé, une priorité. Auparavant, il suffisait à une entreprise de proposer les meilleurs produits pour rester compétitive.

Dans un monde de plus en plus informatisé, les entreprises doivent toujours être sur la brèche et prendre conscience que les règles du jeu ont changé : aujourd'hui, il ne sert à rien d'avoir mis au point le meilleur produit si l'on n'est pas capable de communiquer efficacement avec les clients et les partenaires commerciaux.

Les systèmes informatiques des entreprises renferment des informations stratégiques pour ces dernières et leur capacité à les exploiter de manière optimale constitue un des principaux facteurs de compétitivité dans le contexte actuel de globalisation de l'économie. La nécessité de mieux répondre à l'attente des clients, d'améliorer la collaboration avec ces derniers, ainsi qu'avec les fournisseurs et les autres partenaires, de contrôler les coûts, de s'ouvrir de nouveaux marchés, tout repose sur l'accès aux informations stratégiques. Pour rester dans la course, les entreprises doivent être capables de fournir un accès rapide et transparent aux référentiels de données centralisés. En vous dotant d'un accès performant aux informations hôte à partir d'un navigateur, vous ferez le premier pas vers l'intégration de l'informatique d'entreprise, laquelle par le biais de réseaux intranet, extranet, et d'Internet, vous permettra de concevoir des produits de qualité et de les mettre sur le marché avant la concurrence.

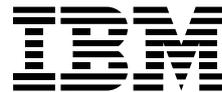
Les points forts de la solution eNetwork Software Host Access sont les suivants :

- **Sécurité.** Cette solution fournit à vos utilisateurs un accès sécurisé à vos systèmes de gestion stratégiques via les réseaux intranet et extranet, quelle que soit la plateforme utilisée ou l'environnement réseau. Les employés mobiles eux-mêmes peuvent bénéficier du même accès sécurisé et fiable aux applications stratégiques.
- **Compétitivité.** Très simple à mettre en oeuvre, cette solution vous permettra d'ouvrir votre entreprise à l'e-business en mettant en place progressivement et en souplesse tout un réseau de communication entre les clients, les partenaires commerciaux et les informations de gestion, et d'imprimer à cette dernière une dynamique de croissance. IBM fournit une solution Host Access complète incluant une vaste gamme de services destinés à vous assister dans la conception, la planification et le déploiement d'une solution qui va transformer complètement votre manière de travailler.
- **Flexibilité.** La solution Host Access vous permet de communiquer avec vos clients et partenaires commerciaux où qu'ils se trouvent et quelle que soit la connectivité de réseau requise. Si cette dernière change, vous pouvez vous y adapter sans que cela ait un impact sur la fourniture des biens et services ni sur la productivité et les bénéfices.
- **Rentabilité.** Cette solution vous permet d'utiliser votre infrastructure informatique existante lorsque cela est possible et d'ajouter des accès par le biais de navigateurs Web là où ils s'avèrent nécessaires, ce qui vous donne la possibilité de développer votre entreprise à votre rythme. Vous pouvez construire autour de l'infrastructure en place un réseau évolutif très fiable vous permettant de faire face aux évolutions futures.
- **Simplicité.** Les équipes de développement IBM se sont attachées à simplifier au maximum la configuration et l'utilisation des logiciels eNetwork, afin de faciliter la tâche des administrateurs et des utilisateurs. Les interfaces d'utilisation sont simples et conviviales.

Informations supplémentaires

Pour en savoir plus sur la solution Host Access, consultez le site Web eNetwork Software et demandez notre kit d'évaluation qui vous permettra de tester la solution, ou contactez votre ingénieur commercial ou partenaire commercial IBM à l'adresse

<http://www.software.ibm.com/ncs/>



IBM Eurocoordination

Tour Descartes
F-92066 Paris La Defense Cedex
France

Sur Internet, la page d'accueil d'IBM se trouve à l'adresse www.ibm.com

IBM est une marque déposée de International Business Machines Corporation.

* OS/400, OS/390 et eNetwork sont des marques d'International Business Machines Corporation.

** Unix est une marque déposée, dont seule la société X/OPEN Company Limited peut concéder la licence.

Windows et Windows NT sont des marques de Microsoft Corporation.

Les autres noms de société, de produit ou de service sont des marques d'autres sociétés.

Les références faites dans cette publication à des produits, programmes ou services IBM n'impliquent pas qu'IBM les rende disponibles dans tous les pays dans lesquels IBM est présent. Toute référence à un produit, programme ou service IBM n'implique pas que seuls des produits, programmes ou services IBM soient utilisés. Tout produit, programme ou service ayant les fonctionnalités équivalentes peut être utilisé.

Les produits matériels IBM sont élaborés de pièces neuves ou de pièces neuves et d'occasion. Dans certains cas, le matériel peut ne pas être neuf et peut avoir été installé auparavant. Toutefois, les termes de la garantie IBM s'appliquent.

Cette publication est pour indication générale.

Imprimé en Grande Bretagne par Greens Printing Services Limited.

© International Business Corporation 1998.