

PUMA vise la place de leader avec une vue des produits à 360 degrés



« Grâce à la solution Informatica MDM – Product 360 qui offre des informations produits enrichies et de qualité, des workflows améliorés et des processus de gestion des données, PUMA réduit considérablement la complexité de ses systèmes et progresse sur le chemin de la transformation digitale. »

- Heike Zenkel, Team Head Content Management, Global E-Commerce, PUMA

PUMA est l'une des marques de sport les plus visibles et les plus anciennes au monde. Grâce à des collaborations de premier plan avec la superstar Rihanna et le champion olympique Usain Bolt, les chaussures, vêtements et accessoires de la société sont plus prisés que jamais. PUMA élabore des milliers de produits chaque saison et les vend dans 120 pays par le biais de partenaires de vente en gros, via le commerce électronique et dans des points de vente. Avec une présence internationale et diversifiée aussi importante, la croissance de l'activité de PUMA a souvent été assurée au niveau local, avec des responsables régionaux et des équipes opérant indépendamment. Par conséquent, les informations sur les produits étaient gérées dans de nombreux systèmes en silos. Aucune source centralisée d'informations produits n'était disponible pour alimenter les systèmes de commerce électronique, ce qui engendrait des incohérences dans la façon dont les produits étaient présentés et vendus aux clients sur différents marchés.

Unification des informations sur les produits

Lorsque vous concevez des produits pour les athlètes les plus rapides de la planète, le délai de commercialisation compte pour beaucoup. Heike Zenkel, Team Head Content Management Global E-Commerce chez PUMA explique :

« Avec un cycle de vie des produits de 12 semaines, la vitesse, l'agilité et le délai de commercialisation sont des facteurs clés pour PUMA, et nous devons agir vite avant de voir nos marges chuter. » L'absence de méthode standardisée permettant d'acquérir, de gérer et de publier des informations produits exactes sur tous les canaux a commencé à diminuer l'efficacité opérationnelle et à augmenter les coûts de gestion des données. Il était ainsi difficile pour PUMA d'atteindre le niveau d'agilité nécessaire. « Les sélections de produits au niveau régional génèrent un double travail lors de la création d'images de produits, de la description des attributs et de la rédaction des contenus marketing », précise Mme Zenkel. Afin d'améliorer la cohérence de la marque et d'unifier l'expérience d'achat des clients, PUMA a créé une équipe centralisée dédiée au commerce électronique, ainsi qu'un centre d'excellence pour la gestion des données de référence et des contenus. Toutefois, la société avait besoin d'un système de gestion des données de bout en bout qui permettrait de fournir des informations produits enrichies sur tous les canaux de vente : plates-formes en ligne, applications mobiles, distribution, catalogues, approvisionnement B2B et systèmes de point de vente en boutique.



Besoins métiers :

- Disposer d'une vue unique et fiable sur les informations produits pour le commerce électronique au niveau mondial
- Unifier les expériences clients dans toutes les régions, sur tous les canaux et à tous les points de contact
- Prendre en charge des cycles de vie de produits courts, de seulement 12 semaines

Défis liés aux données :

- Centraliser les données produits stockées dans plusieurs systèmes en silos
- Maintenir une qualité cohérente des données produits et intégrer la gouvernance des données
- Exporter les informations produits vers Salesforce Commerce Cloud

Solution :

- Grâce à la solution Informatica MDM – Product 360, PUMA peut fournir des informations produits enrichies et cohérentes à l'échelle mondiale et ainsi appliquer sa vision de la gestion des informations produits.

Résultats :

- Augmentation des ventes de 10 % en 9 mois avec une plus grande agilité et des délais de commercialisation plus courts
- Taux de conversion client jusqu'à 20 % plus élevés
- Amélioration de l'efficacité opérationnelle et réduction des coûts de gestion des données
- Objectifs de retour sur investissement atteints en moins de 2 ans

Dans la solution :

- Informatica MDM – Product 360
- Informatica Data Quality
- Business Process Management (BPM)
- Accélérateur certifié Salesforce Commerce Cloud

Transformation digitale axée sur les données

PUMA a déployé la solution Informatica MDM – Product 360 pour fournir un référentiel centralisé et bénéficier d'une seule source fiable d'informations sur les produits. La solution comprend les applications Informatica Data Quality et Business Process Management, qui fournissent des données fiables et automatisent les processus.

En utilisant l'accélérateur certifié Salesforce Commerce Cloud pour MDM – Product 360, PUMA peut facilement alimenter ses systèmes de commerce électronique avec des données produits de la plus haute qualité.

En permettant aux utilisateurs métiers de gérer plus efficacement les informations produits tout en tenant compte des exigences du marché à l'échelle mondiale et locale, en exploitant des données complexes et en surmontant les barrières linguistiques, PUMA a préparé le terrain pour booster ses ventes.

« Grâce à la solution Informatica MDM qui offre des informations produits enrichies et de qualité, des workflows améliorés et des processus de gestion des données, PUMA réduit considérablement la complexité de ses systèmes et progresse sur le chemin de la transformation digitale », déclare Heike Zenkel.

Hausse de l'efficacité et baisse des coûts

Parce que la solution MDM – Product 360 guide les utilisateurs au travers de workflows basés sur les rôles, il est facile pour les utilisateurs métiers de saisir et de mettre à jour des informations produits dans le système, avec rapidité et précision. Ils peuvent sélectionner des vues globales ou régionales sur les produits, consulter les tarifs au détail ou de gros et conserver les mêmes descriptions de produits dans différentes langues. La collaboration s'est aussi améliorée, à la fois au sein de la société et avec les partenaires commerciaux externes comme les fournisseurs et les agences. Grâce à l'augmentation de l'efficacité opérationnelle et à l'automatisation des processus métiers pour la création de ressources digitales, PUMA peut mettre à jour son site de commerce électronique plus rapidement tout en réduisant les coûts.

Accompagner la croissance en ligne

La solution MDM – Product 360 est la base de la stratégie de commerce électronique de PUMA. Avec toutes les informations produits maintenant regroupées au même endroit, PUMA peut facilement intégrer son catalogue à d'autres plates-formes et places de marché en ligne pour créer des opportunités de ventes supplémentaires.

« Nous avons atteint nos objectifs de retour sur investissement en moins de deux ans avec la solution d'Informatica, qui nous a aidés à augmenter considérablement le trafic et les ventes en ligne », ajoute Heike Zenkel. « La solution MDM – Product 360 nous aide à mieux nous préparer à une croissance extrêmement forte en matière de ventes en ligne à l'échelle internationale, avec une augmentation du taux de conversion comprise entre 10 % et 20 % . »

À propos de PUMA

PUMA SE est une société spécialisée dans le sport qui conçoit et fabrique des chaussures, des vêtements et des accessoires de sport pour les sportifs amateurs et de haut niveau, dont le siège est situé à Herzogenaurach en Allemagne. Depuis plus de 65 ans, PUMA n'a de cesse de créer des produits pour les athlètes les plus rapides de la planète. La société emploie plus de 13 000 personnes dans le monde.



Informatica se concentre à 100 % sur les données, car ce sont les données qui font tourner le monde. Les entreprises ont besoin de solutions de données pour le Cloud, les Big Data, le temps réel et les flux de données en continu. Informatica est le premier fournisseur mondial de solutions de gestion de données, que ce soit dans le Cloud, sur site ou dans les environnements hybrides. Plus de 7 000 entreprises du monde entier font appel aux solutions de données d'Informatica.

Siège mondial, 2100 Seaport Blvd., Redwood City, CA 94063, États-Unis Téléphone : +33 1 42 04 89 00 (France) Numéro gratuit aux États-Unis : 1.800.653.3871
www.informatica.com/fr www.informatica.com [linkedin.com/company/informatica](https://www.linkedin.com/company/informatica) twitter.com/InformaticaFr

© Copyright Informatica LLC 2017. Informatica, le logo Informatica et PowerCenter sont des marques commerciales ou déposées appartenant à Informatica LLC aux États-Unis et dans d'autres pays. La liste des marques commerciales d'Informatica est disponible sur le Web, à l'adresse <https://www.informatica.com/fr/trademarks.html>. Les autres noms de sociétés et de produits sont la propriété de leurs détenteurs respectifs et peuvent avoir fait l'objet d'un dépôt de marque. Les informations contenues dans ce document sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Elles sont fournies « telles quelles », sans aucune garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite.