

PERSO MANAGEMENT

Comment...

... ils ont redéfini l'élaboration du référentiel produits

Le DSI et le responsable des projets SI du parfumeur BPI ont mis en place un workflow pour actualiser la base de produits du Pgi. Un chantier autant organisationnel que technique.

LE PROBLÈME

En 2003, BPI décide d'en finir avec la saisie des fiches produits nécessaires à la constitution de son catalogue marketing en ligne, destiné à ses clients distributeurs. Ce qui oblige le parfumeur à retravailler son référentiel de produits et à en pérenniser toute l'organisation pour le tenir à jour.

LA MÉTHODE

1 La remise en cause du système existant

« Nous avons étudié précisément la chaîne d'élaboration de l'information contenue dans notre Pgi. D'où vient-elle ? Sous quelle forme ? Par qui et comment est-elle retravaillée dans la base de données ? », prédisait Christophe Davy, directeur des systèmes d'information de BPI. Là, toute la fragilité du système apparaît. Chaque service – le marketing, le merchandising, la finance, la logistique, la presse – envoie ses informations par courriel, et de façon non structurée, à l'unique salariée connaissant les règles de gestion du projet et de gestion intégré, JD Edwards. Elle remplit donc les 180 champs des fiches produit. « Chaque année, quelque 800 nouvelles références sont ajoutées dans le référentiel et environ 500 modifications sont faites tous les mois, liées aux coûts, aux arguments commerciaux, aux délais de livraison... Inutile de dire l'ampleur de la tâche et l'importance au final de notre référentiel orfèvre », poursuit le DSI. Sans parler du risque à ne compter qu'à une seule personne la responsabilité de ces données vitales.



Christophe Davy (à gauche), DSI, et **Michel Fournier**, responsable projets SI de BPI
 « Avec la mise en place de l'outil de workflow, toute l'organisation de l'entreprise a été bouleversée »

2 Des processus définis puis soumis aux métiers

Après étude, la cellule de réflexion, composée de Christophe Davy, DSI, de Michel Fournier, responsable des projets SI,

et de Laurence Sabot, responsable des projets transverses (aujourd'hui partie de l'entreprise), opte en 2003 pour la mise en place d'un workflow. « Aujourd'hui, nous sommes 500 personnes,

avons trouvées dans les banques ou l'industrie », explique Michel Fournier. Après le recueil des besoins en interne, les processus sont redéfinis par un petit comité constitué d'une personne de la DSI, de l'intégrateur et de la responsable des projets transverses. Cette dernière présente ensuite le projet aux responsables métier, notamment marketing.

3 La responsabilisation des différents métiers

À la fin 2004, l'équipe projet, aidée des consultants d'Axys, commence le déploiement du workflow en menant en parallèle le développement des spécifications et celui du catalogue. Les métiers et en particulier le marketing, sont fortement sollicités pour commencer à alimenter la base de données des produits que l'industriel a choisi de reconstruire entièrement.

Les premiers mois sont difficiles : les préparatifs du plan marketing de l'année suivante, présenté au début du mois d'avril lors d'un grand meeting international, impose que le book marketing soit à jour. « La stratégie de produit et les retours de livraison de l'outil sont sources de tensions, sans parler des révisions de certains collaborateurs et voir, au travers de cet outil, leurs axes tactics et leur responsabilité engagée », souligne le DSI.

4 Un référentiel mis à jour par 120 personnes

Grâce au workflow, l'organisation devient linéaire et transparente. Chaque voit les contributions de ses collègues. Lorsqu'une information merchandising est validée par le responsable, elle est aussitôt accessible au département marketing qui, à son tour, fournit les données relatives à son métier. Le relais est ensuite passé à la logistique puis aux autres métiers.

Plus de 120 collaborateurs participent ainsi à l'élaboration du référentiel articles. Au total sept processus sont définis, dont



LAIS DE L'INTÉGRATEUR
Sébastien Wasser, directeur de projet chez Axys, société de services spécialisée dans le workflow et la modélisation de processus

« L'une des spécificités de ce projet tient à la population impliquée. Il s'agit de professionnels du marketing d'une maison de luxe, donc des personnes très créatives, aux idées très novatrices. Il nous fallait donc être réactifs, rapides en compte les bonnes propositions, tout en tenant les délais qui nous étaient impartis. »

« L'autre particularité est de s'attaquer au cœur même du métier.

C'était un vrai chantier organisationnel. L'outil collaboratif zot conçu pour tous, et chacun a une vision de ce que fait l'autre. Il y avait une transparence complète et nouvelle. Sans oublier l'homogénéisation des processus des trois marques – Jean-Paul Gaultier, Issey Miyake, Marc Jacobs Rodriguez. Jusqu'à la mise en place de l'outil, elles étaient gérées de façon plus autonome. »

Le projet Synergie de BPI

OBJET

Structurer le processus d'alimentation du référentiel produits du logiciel JD Edwards. Le référentiel est ensuite repris dans le book marketing public sur l'intranet de l'entreprise.

LOGICIEL

L'outil de workflow W4, de l'éditeur éprouvé, en version Windows avec la base de données SQL Server. L'application qui l'encapsule est écrite en .NET.

INTÉGRATEUR

Le choix du prestataire est intervenu après celui du logiciel. Parmi les partenaires de W4, BPI a retenu Axys (une quarantaine de personnes et 3,5 M€ de chiffre d'affaires).

DÉROULÉ

• 2003 : la décision est prise d'intégrer la base produits avec le catalogue marketing public sur l'intranet

• Fin 2003 : le contrat de développement d'un logiciel de workflow, choisi un logiciel de workflow, début 2004 : sélection du logiciel W4 et de l'intégrateur Axys.

• Fin 2004 : les développements sont terminés, le nouveau référentiel est automatiquement alimenté.

• 2005 : le catalogue en ligne est réajusté à 3.2. Directement alimenté par le référentiel, il bénéficie d'une nouvelle interface en Flash.

COÛT

• Environ 300 000 €, soit 30 000 € de logiciel et 270 000 € de prestations.

le principal compte une quinzaine d'étapes. C'est peu, mais de nombreux aléas restent sous-prévisibles. Une fois le référentiel mis à jour, il est exposé sur l'intranet.

Au-delà du catalogue produits stricto sensu, le site propose des informations collatérales et des photos, également collectées grâce au workflow. « Fassez le plaisir principal, qui n'a pas d'apprentissage pour tous les acteurs du projet, y compris la DSI, l'outil est rapidement entré dans les us et coutumes des métiers, explique Christophe Davy. À tel point que je n'en entends plus parler. C'est quasi assuré par son indice pour le DSI que je suis ! »