

Témoignage client SAP mySAP Retail



“Tout le monde chez Sephora a la conviction que SAP for Retail a été un plus dans le développement de notre activité.”

Denis Levy, DSI de Sephora

EN BREF !

L'entreprise

Filiale à 100 % du groupe LVMH, Sephora symbolise la beauté partout dans le monde. Employant 10 000 personnes, l'entreprise compte 500 boutiques dont 400 en Europe (et 190 en France). Son chiffre d'affaires s'est élevé à 1,5 milliard d'euros en 2004, réalisé au 2/3 en Europe.

En France, Sephora emploie 3 000 personnes réparties entre le siège parisien et ses 190 boutiques.

Secteur d'activité

Parfumerie

Site Web

www.sephora.fr

Enjeux

- Structurer l'entreprise autour de processus communs
- Faciliter le développement de Sephora au travers de nouvelles acquisitions
- Renforcer l'image de marque du Groupe partout dans le monde
- Développer de nouveaux canaux de vente (Internet)
- Réduire ses coûts de gestion

Choix de la solution SAP

- Une solution à dimension internationale
- Un outil pensé pour tous les univers du Retail et conçu par des spécialistes du secteur
- Une grande facilité de mise en œuvre et de déploiement
- Une évolutivité rapide et peu onéreuse du Système d'Information (SI)

Bénéfices

- Parfaite adéquation entre le SI et les enjeux de l'entreprise
- Visibilité accrue sur l'activité de l'entreprise
- Support au développement de l'entreprise à l'international
- Satisfaction des utilisateurs

Partenaires

PM et OXIA

Solution

SAP for Retail

Environnement

SAP R/3 v4.5
Serveurs Sun sous Solaris
Base de données Oracle

SEPHORA

Pour développer son activité à l'international et renforcer son image de marque, Sephora se dote de SAP for Retail. L'entreprise a unifié ses processus, réduit ses coûts d'exploitation et optimisé la gestion de ses stocks.

Créer un pont entre le Retail et la Finance

Créé en 1969 par Dominique Mandonnaud, Sephora est aujourd'hui un groupe reconnu mondialement comme le symbole de la beauté... à l'image de sa prestigieuse boutique des Champs-Élysées. Bien que leader sur son secteur d'activité, Sephora connaît une double concurrence : celle des enseignes généralistes et celle des hyper-spécialistes. Pour y faire face, l'entreprise a trois atouts : l'exclusivité de certaines marques, la conception de sa propre ligne de produits labellisée Sephora et le développement des soins.

Pour l'accompagner dans cette stratégie de conquête, Sephora a décidé de se doter d'un Système d'Information plaçant le client au cœur de ses préoccupations, comme l'explique Denis Levy, DSI de Sephora : “Nous pensons que la technologie donne un avantage concurrentiel certain. C'est d'autant plus important pour nous que l'un de nos concurrents offre, au travers de ses 600 magasins en France, une plus grande visibilité commerciale que la nôtre. Le Système d'Information doit nous permettre de combler ce désavantage en créant une relation de proximité plus grande entre nous et les clients, notamment via des campagnes marketing direct.” Le nouveau Système d'Information de Sephora doit permettre au groupe d'unifier ses processus, de faciliter les consolidations financières pour son actionnaire principal LVMH et de diffuser la même image de marque de l'entreprise partout dans le monde.

Sephora fait l'acquisition de SAP for Retail. Ce choix repose sur plusieurs critères, à commencer par une solution internationale qui

puisse fonctionner dans le monde entier, au fur et à mesure des implantations de ses nouvelles enseignes. Sephora souhaitait également un ERP structurant qui permette de mettre en place des processus identiques pour toutes les filiales. Autre critère : une grande richesse fonctionnelle couvrant la gestion "Retail" d'un magasin mais aussi l'ensemble de la supply chain, des approvisionnements à la production (les produits de sa propre marque) en passant par les stocks, la comptabilité, la finance jusqu'au reporting. Et ce, avec une parfaite intégration entre la partie Retail et la partie Finance.

"Le principal atout de mySAP Retail ? Un outil intégré conçu par de vrais spécialistes du Retail qui offre toutes les fonctionnalités indispensables à notre métier. De plus, mySAP Retail s'adapte parfaitement aux différents univers du Retail : celui caractérisé par des prix très bas mais un gros volume de vente et celui propre à la mode avec des produits dont la durée de vie est très courte. Nous avons les deux !" déclare Denis Levy.

Mise en place et déploiement rapides

Sephora confie à son intégrateur, PM, le soin de mettre en place au plus vite l'ensemble des composants (MM, SD, FI, CO et AM) de la solution (hébergée chez Oxia). Il faudra 12 mois pour que celle-ci entre en production. "C'était une priorité nationale pour l'entreprise qui s'est mobilisé tant sur le plan humain que financier pour mettre en place l'ERP au plus vite et ainsi fournir les premiers reportings à notre holding" précise Denis Levy. Installé d'abord en France, SAP for Retail a été déployé dans les autres entités en Europe.

Aujourd'hui, près de 550 utilisateurs exploitent SAP for Retail : les contrôleurs de gestion, les Category Managers (ou acheteurs qui gèrent les achats, le marketing et le merchandising) et les responsables de la supply chain (qui s'assurent de fournir le bon article au bon moment au bon endroit sans générer un excédent de stock).

Adaptation rapide du SI aux enjeux métier

Après quatre années d'exploitation, Sephora considère avoir fait le bon choix au vu de la satisfaction des utilisateurs et des bénéfices globaux apportés par la solution.

"SAP for Retail est un très bon outil qui nous permet, en premier lieu, de répondre aux demandes d'évolution des utilisateurs : mettre en place de nouvelles règles logistiques, créer de nouveaux canaux de vente, comme par exemple Internet. Je vois que, contrairement à une idée reçue, nous arrivons assez facilement à faire évoluer le produit, pour des coûts et des délais que j'estime raisonnables. Depuis 15 mois, j'ai reçu 30 demandes majeures. Toutes ont été mises en œuvre en moins de 4 mois pour un coût moyen de 50 000 euros. Si nous n'avions pu en gérer que la moitié, nous aurions handicapé l'entreprise" déclare Denis Levy. La DSI de Sephora n'a jamais dit non à une évolution commerciale, stratégique ou marketing de l'entreprise. Pouvoir adapter rapidement le Système d'Information aux enjeux de notre entreprise est assurément le principal bénéfice apporté par SAP for Retail.

Faciliter le développement de l'entreprise, tant sur le territoire français qu'à l'international est également un atout important de la solution. "Tout le monde chez Sephora a la conviction que SAP a été un plus dans le développement de notre activité. Le fait de disposer d'un Système d'Information qui facilite l'intégration rapide d'une nouvelle structure, à bas coûts et sans risque permet à Sephora d'étudier un plus grand nombre de dossiers qu'auparavant" conclut Denis Levy.

Autres bénéfices apportés par SAP for Retail : une optimisation de la gestion des stocks grâce à la mise en place de nouvelles fonctionnalités comme le "cross-stocking" et une visibilité accrue pour LVMH sur l'activité de Sephora grâce à des reportings fournis instantanément, à la demande de l'actionnaire.