

Comment Besson Chaussures a fait de l'omnicanal un incontournable au sein de son réseau de gérants mandataires ?



Besson Chaussures : une enseigne qui a su prendre le pas de l'omnicanal

Depuis plus de 35 ans, l'exigence de la qualité est au cœur de l'engagement de l'enseigne (design, sélections exclusives, marques, produits en cuir et/ou fabriqués en Europe). Besson Chaussures, c'est avant tout un réseau de magasins indépendants et un site e-commerce qui s'attache à rendre accessible la qualité et le savoir-faire du chaussant en proposant le plus large choix de marques. Le tout au meilleur rapport qualité/prix et ce pour le plus grand bonheur de toute la famille ! Remettre le plaisir au centre de l'acte d'achat est une priorité pour l'enseigne : le plaisir de collectionner les produits au gré des modes, des tenues, des saisons ou des envies ; Le plaisir de disposer de produits de qualité sans avoir à renoncer à son pouvoir d'achat ; Le plaisir de choisir la paire de chaussures qui plait en toute liberté.



1982

Création
de la marque



50

Collaborateurs



170

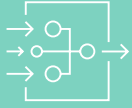
Magasins
en France



2017

Date de création
du site e-commerce

Fonctionnalités Magasins



Store Management System (WMS Magasin)
Gestion des commandes omnicanales



Point of Sales System (POS)
Prise de commande - Encaissement mobile et desktop - Clienteling

Scénarios omnicanaux - OMS



E-reservation



Click & Collect

Environnement SI Besson

ERP – Système Caisse :
Nodhos Capinfo

CMS : Wshop – CRM interne

|||

**Très stable,
la plateforme
Socloz est un
gage de qualité
au quotidien
avec un très
faible volume
d'incidents.**

*Florent Davain, Directeur de la Transformation
Digitale et Omnicanale de Besson Chaussures
Fondateur du Cabinet Here We Go*

|||





Besson Chaussures témoigne de son expérience

Quels sont vos enjeux de digitalisation ?

Notre priorité a toujours été de nous adapter au marché en répondant aux besoins des consommateurs. Les habitudes de consommation ont évolué, désormais chacun veut pouvoir disposer de ce qu'il veut, quand il le veut, où il le veut et avec le moyen de son choix (on et/ou offline). L'omnicanal n'est plus une option mais bien un standard parfaitement adapté à ces nouvelles exigences. En plus de viser 10% de chiffre d'affaires digital additionnel avec la plateforme omnicanale Socloz, nous allons rapidement pouvoir démultiplier nos points de contacts et ainsi adresser une plus large clientèle. Une transformation omnicanale qui a largement contribué à limiter la rupture de stock en magasin.

Comment les gérants mandataires ont-ils vécu la mise en place de la plateforme Socloz ?

Nous disposons désormais de toute la plateforme omnicanale. En 2014, nous avons été parmi les premiers à franchir le pas de l'omnicanal avec le scénario de E-réservation. Un scénario clé en main qui avait été très simple à implémenter. Sans compter sur ces résultats qui ont largement contribué à motiver notre volonté de proposer la mise en place des autres scénarios, tels que le Click & Collect ou le Ship from Store à notre réseau de gérants mandataires.

Une mise en place en 8 mois plus exigeante en ressource IT et projet dont les performances sont déjà très appréciées. Aujourd'hui, nous pouvons dire que ces scénarios omnicanaux sont devenus des "standards" chez Besson Chaussures.

Comment vos équipes de vente sur le terrain se sont-elles adaptées à ces changements ?

Si la mise en place des scénarios omnicanaux a connu quelques réticences naturelles chez certains de par le passé, les équipes terrains "incentivées" sur la préparation en magasin des commandes passées online ont rapidement pu en profiter. Les vendeurs sont aujourd'hui parfaitement conscients de l'intérêt de bénéficier des ventes passées sur le site e-commerce pour développer leur chiffre d'affaires en magasin en faisant des ventes additionnelles dans le cadre d'un Click & Collect par exemple. Enfin, l'ergonomie du front office est également un gros plus qui a beaucoup facilité la prise en main des équipes sur le terrain.

Pourquoi avez-vous choisi la plateforme Socloz ?

En 2014, la plateforme Socloz proposait déjà le meilleur rapport prix/couverture fonctionnelle avec son scénario de E-réservation particulièrement abouti et ergonomique. Très "stable", elle est aussi un vrai gage de qualité au quotidien avec un très faible volume d'incidents. Un point essentiel lorsque nous savons que plus de 60% de nos commandes online sont aujourd'hui préparées en magasin... L'ergonomie du front office est également un gros plus qui a contribué à nous convaincre. Enfin, nous avons apprécié l'écoute et la réactivité des équipes Socloz dont les efforts pour avancer dans le bon sens et répondre à nos besoins ont toujours été au rendez-vous.

Quels résultats avez-vous constaté depuis la mise en place des scénarios omnicanaux ?

Unifier nos stocks nous a permis de doubler notre chiffre d'affaires digital ! Notre site e-commerce, vraie vitrine commerciale pour notre réseau de gérants mandataires, bénéficie désormais des stocks magasins pour satisfaire la hausse du volume de nos commandes online. Une transformation omnicanale pour un bilan gagnant-gagnant pour chacun de nos canaux de vente (site e-commerce et réseau de magasins).

La mise en place du scénario de Ship from Store a permis de doubler notre offre visible sur notre site e-commerce !

Comment envisagez-vous l'avenir ?

Notre collaboration se poursuit avec la mise en place de la fonctionnalité de prise de commande en magasin de l'application vendeur Socloz disponible sur tablette. Une implémentation qui, comme cela a pu être le cas par le passé, pourrait être à l'origine d'un nouvel apport mutuel, organisationnel du côté de Besson Chaussures et fonctionnel pour Socloz.



Notre ambition est de devenir le logiciel magasin nouvelle génération le plus adapté aux nouveaux usages

de consommation et le plus innovant du marché en France comme à l'étranger

Jérémie Herscovic, Fondateur de Socloz



Commerce unifié

150 Enseignes



35 000 Magasins



Omnicanal

18 Pays



64 Socloziens



Retail

Socloz est une plateforme omnicanale au service de l'expérience vendeur. Elle réunit au sein d'une unique interface une suite de logiciels intuitive comprenant : un Order Management System (OMS) à l'origine de l'orchestration des commandes omnicanales, un Point of Sale System (POS) qui permet la prise de commandes en magasin et l'encaissement en mobilité et un Store Management System (WMS Magasin) dédié à la gestion des commandes omnicanales en point de vente. Membre du groupe Savoye depuis 2020 et leader en Europe engagé aux côtés de ses 150 enseignes et 35 000 magasins répartis dans 18 pays dans le monde, Socloz agit tel un véritable chef d'orchestre. A la fois innovante et performante, elle accompagne les enseignes dans leur transformation digitale grâce à la mise en place de scénarios omnicanaux (E-réservation, Click and Collect, Ship from Store...) et de fonctionnalités magasins (clienteling, gestion des retours, etc...). sales@socloz.com - 01 84 17 60 19

SOCLOZ
NEXT RETAIL