

Douglas, une enseigne 100% Digital First, 100% Omnicanale !



Fondée en 1821 par John Sharp Douglas, l'enseigne était à l'origine une manufacture de savon. En 1910, les sœurs Carstens ouvrent la première « Parfumerie Douglas ». Puis, c'est à partir de 1969, que la marque est rachetée par un fabricant de confiserie sous la direction du PDG Dr Jorn Kreke pour démarrer son ascension à l'international avec l'ouverture de nouvelles acquisitions et succursales en 1973. En 2000, Douglas ouvre sa première boutique en ligne. En 2014, Douglas acquiert la chaîne de parfumerie Nocibé. Tina Muller prend alors la tête du groupe et lance le programme #FORWARDBEAUTY, une stratégie globale d'avenir plaçant le e-commerce au cœur de ses enjeux. La création du programme Digital First fait de l'enseigne la première place de marché des produits de beauté en Europe. DIGITAL FIRST devient l'étape décisive qui permet à l'enseigne de passer du statut de détaillant avec une boutique en ligne à celui d'une entreprise numérique avec une activité physique. Douglas c'est aujourd'hui plus de 100 000 produits de beauté dans les boutiques en ligne et plus de 2 000 magasins. C'est aussi 3,2 milliards d'euros de CA en 2020 dans les domaines de la parfumerie, des cosmétiques décoratifs, des soins de la peau et des cheveux ainsi que des compléments alimentaires et accessoires.



Scénarios omnicanaux

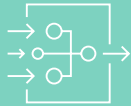


Disponible
Click & Collect



À venir
Order
Management
System (OMS)

Fonctionnalités Magasins



Store
Management
System (WMS
Magasin)
**Gestion des
commandes
omnicanales**

Environnement SI Douglas

ERP : **SAP4 HANA**

Système Caisse : **Codyshop
de Codisys**

CMS : **SAP Hybris**

||

**Des parcours
qui nécessitent
d'avoir une
vision centralisée
de nos stocks que
nous envisageons
de mettre en place
avec l'OMS SoCloz
dont la puissance
serait un vrai atout.**

*Patrick Chiron, Retail Intelligence
Director Douglas Espagne*





Douglas témoigne de son expérience

Quels sont vos principaux enjeux de digitalisation ?

Notre stratégie #FORWARDBEAUTY.DIGITALFIRST consiste à nous positionner comme la première plateforme européenne de beauté utilisant des technologies numériques nouvelles et perturbatrices. En d'autres termes, la digitalisation est dans notre ADN et au cœur de notre business modèle. En parallèle, des solutions omnicanales mises en place avec SoCloz telle que le Click & Collect, nous avons par exemple lancé au cours de ces dernières années en Espagne, une App Douglas mais aussi à destination des magasins, un outil d'intelligence artificielle dédié à la planification du personnel nécessaire en fonction de l'affluence, une App de Retail Operations (yoobic), renforcé nos Beauty Tab (Store to web) et enfin lancé Glovo, un modèle de livraison à domicile de nos produits en seulement 30 minutes. Douglas est donc une enseigne 100% digitale que ce soit dans la partie Back que Front.

Quelles ont-été les raisons de la mise en place du Click & Collect ?

Le lancement du Click & Collect s'inscrit dans notre volonté qui consiste à offrir au client de plus en plus de canaux de distribution et c'est le client qui choisit quand et comment interagir avec nous. Que ce soit depuis son canapé avec notre APP ou notre site e-commerce, dans la rue en cherchant sur Google avec son mobile un Click & Collect en 2h, en magasin avec nos Beauty advisors expérimentés qui feront essayer les dernières nouveautés ou encore par téléphone en appelant son magasin le plus proche qui utilisera la Tablet pour organiser une livraison pour le jour suivant.

Comment l'implémentation s'est-elle passée ?

Le projet depuis son commencement jusqu'à l'implémentation a duré moins de 3 mois. L'équipe technique Socloz, pilotée par Zineb, notre Project Success Manager, a réellement fait du très bon boulot! L'intégration technique de notre côté a été très bien définie et n'a posé aucun problème. La documentation ainsi que la définition des différents flux sont très rodés chez Socloz. Enfin, la plateforme est simple et intuitive ce qui a énormément facilité la formation de nos magasins.

Comment vos équipes en magasin ont-elles vécu sa mise en place ?

Les membres de l'équipe Retail Intelligence en charge du projet sont des anciens Store Managers, ils connaissent donc parfaitement les process, méthodes de travail en magasin. Ce sont eux qui ont préparé la formation dont la partie SoCloz avec les explications internes qui permettent un traitement optimum des

commandes et le respect des protocoles (délais, stockage, annulation...). La clé pour nous a été de faire comprendre aux magasins que nous avons tous intérêt à préparer cette commande Click & Collect le plus rapidement possible pour assurer un service client irréprochable. Nous avons donc inclus un système d'alerting sur notre système caisse en magasin qui permet aux vendeurs d'être informés en temps réel de la présence d'une nouvelle commande. Cela nous a permis dès le lancement d'avoir des temps de préparation inférieur à 20 minutes.

Pourquoi avez-vous choisi la plateforme SoCloz ?

La plateforme Socloz est l'une des plus complètes du marché. Nous avons besoin d'un partenaire à la hauteur de nos exigences pour répondre le mieux possible à notre enjeu n°1 "Digital First". Désormais nous avons à nos côtés un acteur qui sera précurseur de notre évolution omnicanale. Un autre point a également contribué à faire pencher la balance en faveur de SoCloz : la promesse d'un projet d'implémentation rapide, très rapide. Les nombreuses références clients que nous avons pu vérifier ont également contribué à nous conforter dans notre choix. Enfin, le gros "plus" SoCloz très appréciable dans notre quotidien opérationnel a été de disposer d'un Project Manager Hispanophone.

Quels résultats avez-vous constaté depuis que vous utilisez SoCloz ?

Nous savions de part l'expérience du réseau Nocibé en France avec le Click & Collect en 1h que le cross selling en magasin n'est pas si fréquent. Notre enjeu était donc plutôt porté sur la capacité de nos équipes terrain à préparer les commandes le mieux et le plus rapidement possible : avoir le bon produit prêt au bon moment. De plus, le client Click & Collect est différent : plus jeune, il découvre souvent Douglas par ce biais. Il est donc devenu un moyen pour nous de gagner de nouveaux membres pour notre Beauty Card, de rajeunir notre enseigne et de fidéliser nos clients. Les vendeurs sont réellement très motivés par ce nouveau service qui attire de nouveaux clients surtout en période d'importantes promotions. La clé pour un projet omnicanal réussi en magasin est de s'assurer que les ventes qui en découlent sont bien comptabilisées dans les objectifs de vente du magasin. Les ventes additionnelles générées deviennent alors un avantage concret ressenti par les équipes en magasin qui y voit alors un gros "plus".

Comment envisagez-vous le futur ?

Continuer notre progression omnicanale pour favoriser le "quick commerce" avec la mise en place de nouveaux parcours tels que la livraison à domicile express depuis un magasin, la livraison depuis un entrepôt vers un magasin ou encore la livraison d'un magasin vers un autre magasin du réseau. Des parcours qui nécessitent d'avoir une vision centralisée de nos stocks que nous envisageons de mettre en place avec l'OMS SoCloz dont la puissance serait un vrai atout.



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-reservation, 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