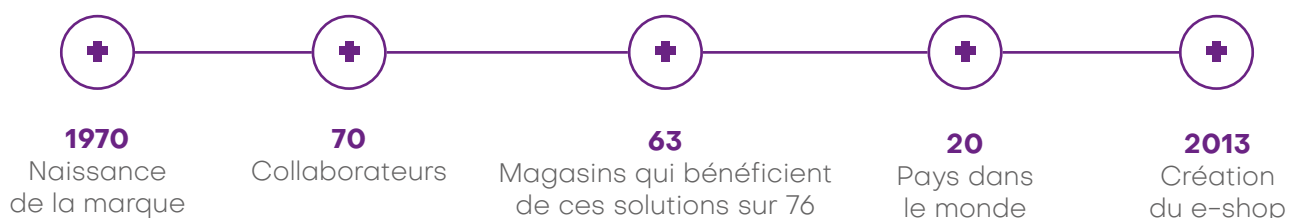


Quelle stratégie omnicanale Finsbury a mis en place pour mieux écouler ses stocks magasins ?




Finsbury

Finsbury est née dans la région de Northampton en Angleterre, réputée pour être le berceau de la chaussure cousue Goodyear. Créée par Jean-Pierre Dahan et David Cohen, la maison s'implante pour la première fois en France, à Paris, en 1986. Le leitmotiv des fondateurs est alors de placer Finsbury comme la marque compétitive par excellence sur le marché, en proposant des chaussures haut de gamme à un prix raisonnable. Très rapidement, l'enseigne s'impose comme le nouveau leader de la chaussure masculine haut de gamme auprès d'une clientèle traditionnelle et moderne grâce au design tendance de ses créations. Enfin, c'est en 2016 que l'enseigne se lance dans l'accessoire de maroquinerie pour homme patiné main, à l'instar des grands maroquiniers de luxe.



Les scénarios omnicanaux ont permis de générer 12€ pour chaque euro investi.

Clément Fouillet, Responsable E-commerce & CRM chez Finsbury Shoes

Scénarios omnicanaux



Disponible
Click & Collect



E-reservation



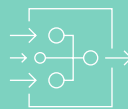
À venir
Order Management System (OMS)

Environnement SI Finsbury

ERP/Caisse : **Y2 Cegid**

CMS : **Prestashop**

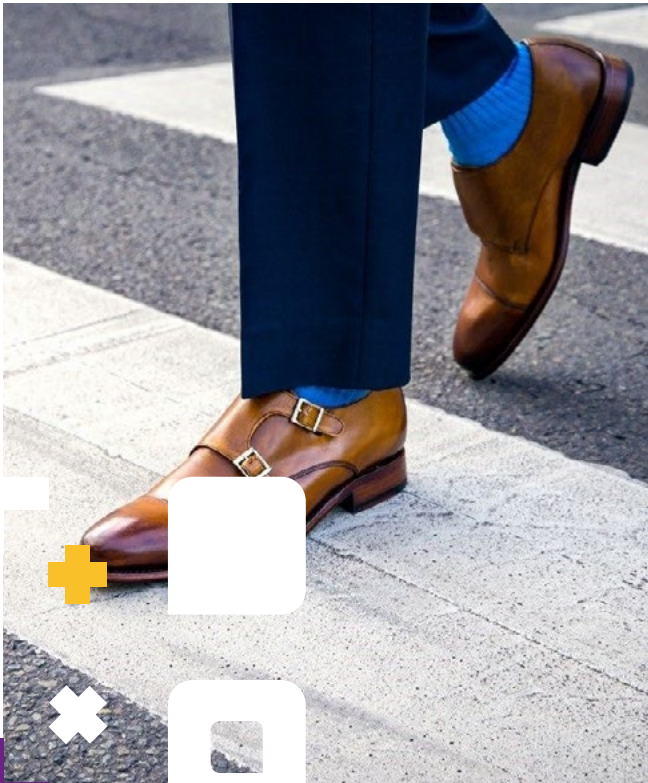
Fonctionnalités Magasins



Store Management System (WMS Magasin)
Gestion des commandes omnicanales



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



Finsbury témoigne de son expérience

Quels sont vos enjeux de transformation omnicanale ?

Si nos clients apprécient toujours de toucher et d'essayer nos produits en magasin, le digital et ces solutions omnicanales n'ont jamais été aussi présentes et nécessaires pour soutenir nos points de vente physiques. C'est donc tout naturellement que le Click & Collect et la E-réservation ont été nos deux premiers projets avec SoCloz. L'idée était, à la fois, de créer des ponts entre le web et nos magasins mais aussi de réussir à augmenter le trafic en magasin. Nous avons également souhaité nous équiper du système de prise de commande et d'encaissement en mobilité de SoCloz pour améliorer la satisfaction de nos clients en magasin en leur permettant de commander un produit directement sur place. Un bon moyen également pour nous d'écouler l'ensemble des stocks disponibles de notre réseau de distribution web et magasin et de réaliser des ventes additionnelles.

Comment l'implémentation s'est-elle passée ?

L'implémentation des scénarios omnicanaux s'est très bien passée. La plateforme SoCloz est facile à prendre en main et à mettre en place avec des flux très standards.

Le test grandeur nature est l'une des étapes d'implémentation proposée par SoCloz. Une étape qui s'est avérée « clé » pour nous permettre de tester les solutions sur certains de nos magasins avant un déploiement plus généralisé. Le système de prise de commande et d'encaissement en mobilité, a quant à lui, nécessité plus de ressources IT en interne et donc a été plus long à mettre en place que les autres scénarios.

Comment les franchisés ont-ils vécu la mise en place de la plateforme SoCloz ?

Nous avons co-organisé avec SoCloz un grand rendez-vous de présentation au Maroc dédié à notre réseau de franchisés. L'objectif était alors de leur laisser le choix de mettre en place ou non la plateforme SoCloz. Résultat, seul l'un d'entre eux n'a pas souhaité prendre part au projet omnicanal. Une belle preuve de maturité des équipes magasins face aux enjeux de l'omnicanal !

Pourquoi avez-vous choisi la plateforme SoCloz ?

Déjà client lors de ma précédente expérience, c'était une évidence. SoCloz sait parfaitement bien accompagner les magasins ce qui est primordial. S'il s'agit d'un sujet stratégique et décidé en central, nos équipes de vente sont les premières concernées par le sujet au quotidien.

De plus, la réactivité des équipes est incroyable, nous n'avons jamais attendu plus de deux heures avant d'obtenir une réponse ! Sans compter sur la facilité d'utilisation des interfaces SoCloz pour nos équipes de vente qui est vraiment très agréable.

Votre stratégie omnicanale a-t-elle déjà obtenu des résultats ?

Après 9 mois d'ouverture, les scénarios omnicanaux ont permis de générer 12€ pour chaque euro investi avec une contribution équivalente entre la E-réservation et le Click & Collect. Nos stocks sont également mieux gérés, la satisfaction de nos clients s'est améliorée et nous avons de plus en plus de clients omnicanaux : ces derniers dépensent en moyenne 100€ de plus par an. Nous avons donc eu de très bons résultats !

Comment envisagez-vous le futur ?

Nous venons de finaliser l'implémentation du système de prise de commande et d'encaissement en mobilité avec succès. L'idée serait de poursuivre notre lancée en nous focalisant sur la mise en place de l'Express Click & Collect pour privilégier l'écoulement de nos stocks magasin à la suite d'une commande web. En parallèle, nous prévoyons de faire évoluer notre service de E-réservation en permettant à nos clients de réserver plusieurs articles à la fois, ils pourront ainsi profiter davantage de nos promotions souvent accessibles qu'à partir de deux articles achetés. Nous prévoyons également la mise en place du Ship from Store pour permettre la livraison à domicile depuis nos stocks magasins.



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