

# La satisfaction client : un enjeu omnicanal de taille pour Le Temps des Cerises



Le temps des  
cerises

## Le Temps des Cerises : un savoir-faire à la française

Fondée en 1998 à Marseille par Lylian Richardière, l'enseigne, spécialisée dans la confection de jeans propose des vêtements et accessoires pour hommes, femmes et enfants. Inspiré depuis son enfance par son père Gil Richardière et le denim, Lylian a fortement contribué à la popularisation du jean délavé. La toile « denim » tire son nom de Nîmes, lieu où elle était anciennement tissée pour confectionner les tenues des ouvriers.



# Le Système de prise de commande et d'encaissement en mobilité est un outil essentiel et indispensable aux équipes de vente : elles ne peuvent plus s'en passer !

selon Le Temps des Cerises

## Quelques chiffres

E-reservation



**+80%** de conversion

**20%** des enseignes en sont équipées

Système de prise de commande et d'encaissement en mobilité



**+25%** de produits vendus

**+15%** de CA

Orchestrateur Socloz



**+30%** de CA en ligne

**+7%** de CA en magasin

## Scénarios omnicanaux - OMS



Click & Collect



E-reservation

## Environnement SI Le Temps des Cerises

ERP : **Orli Web**

Système Caisse : **Cegid Y2**

CMS : **Magento**

## L'omnicanal au cœur des enjeux de l'enseigne

Le Temps des Cerises a débuté la transformation digitale de ses magasins avec la E-reservation « *un service historique, un incontournable du consommateur* » selon Le Temps des Cerises. La marque a ensuite fait le choix de déployer le système de prise de commande en magasin, d'encaissement en mobilité et de vente à emporter : le vendeur peut désormais constituer un panier mixte pour son client. Un service qui a permis à l'enseigne de gagner 4% de chiffre d'affaires additionnels depuis sa mise en place en magasin il y a trois ans.

L'implémentation de ces scénarios omnicanaux avaient pour but de replacer le vendeur au cœur des enjeux digitaux de l'enseigne, en faveur d'un accompagnement client toujours plus personnalisé. Afin de faciliter la mise en place de ce scénario omnicanal dans les systèmes d'information de l'enseigne, Socloz a développé un connecteur standard avec « Y2 » de Cegid permettant de communiquer en temps réel avec le Système de Caisse de la marque. Cette nouvelle intégration permet aux vendeurs d'accéder directement aux informations clients et aux opérations marketing sans passer par Y2. Il peut également réaliser des paniers mixtes composés de produits à emporter et à commander. Pour finaliser la vente, le panier est envoyé en temps réel à la caisse et le vendeur n'a plus qu'à encaisser le client comme une vente traditionnelle. Lorsque la vente est finalisée, la commande est orchestrée dans l'OMS. En plus d'augmenter le CA en magasin, ce nouvel outil vendeur permet d'interagir directement avec les clients sur la surface de vente et en cabine. De plus, avec la mise en place du système de prise de commande et d'encaissement en mobilité, l'enseigne a pu délaissé son PDA dédié aux inventaires pour un lecteur 2d Android (Honeywell), capable de gérer à la fois, les inventaires, la prise de commande et l'encaissement en mobilité en magasin. Les vendeurs sont donc désormais équipés d'un seul appareil multitâche qui constitue un gain économique non négligeable pour l'enseigne.

## Le Temps des Cerises témoigne de son expérience

### Pourquoi avoir entrepris une démarche omnicanale ?

Optimiser la satisfaction de nos clients par le biais du digital est une nécessité si on veut rester dans la course. Proposer à nos clients l'intégralité de notre catalogue de produits que cela soit par le biais d'une E-reservation réalisée en amont ou d'une commande passée en mobilité directement en magasin, nous permet de les fidéliser encore plus. D'un point de vue ergonomique, cette digitalisation nous permet de libérer notre système caisse classique et d'offrir de nouvelles fonctionnalités à nos boutiques. Depuis maintenant quelques mois, nous avons décidé d'aller plus loin pour faciliter notre gestion des stocks, qu'ils soient en central ou au sein de notre parc de magasins. Actuellement, soixante-cinq de nos magasins disposent du système d'orchestration des commandes omnicanales (OMS) Socloz et de l'unification des stocks entrepôts et magasins. Nos vendeurs accèdent directement depuis l'application Socloz.

### Pourquoi avoir entrepris une démarche omnicanale ?

Optimiser la satisfaction de nos clients par le biais du digital est une nécessité si on veut rester dans la course. Proposer

à nos clients l'intégralité de notre catalogue de produits que cela soit par le biais d'une E-reservation réalisée en amont ou d'une commande passée en mobilité directement en magasin, nous permet de les fidéliser encore plus. D'un point de vue ergonomique, cette digitalisation nous permet de libérer notre système caisse classique et d'offrir de nouvelles fonctionnalités à nos boutiques. Depuis maintenant quelques mois, nous avons décidé d'aller plus loin pour faciliter notre gestion des stocks, qu'ils soient en central ou au sein de notre parc de magasins. Actuellement, soixante-cinq de nos magasins disposent du système d'orchestration des commandes omnicanales (OMS) Socloz et de l'unification des stocks entrepôts et magasins. Nos vendeurs accèdent directement depuis l'application Socloz à l'ensemble de nos stocks disponibles et peuvent désormais commander des produits non disponibles en magasin auprès de l'entrepôt. C'est l'OMS qui se charge d'orchestrer la commande et d'interroger les magasins en mesure de préparer la commande (Ship from Store).

### Pourquoi avoir choisi Socloz pour accompagner votre transformation omnicanale ?

Nous avons de fortes contraintes : un OMS connecté à Y2 de Cegid, le fonctionnement des offres groupées et la possibilité pour le client final de payer en espèces. Socloz étant déjà en place pour la E-reservation et dont l'implémentation c'était très bien





passée, nous avons donc souhaité poursuivre notre collaboration. Nous leur avons confié la digitalisation de nos points de vente avec la mise en place du Système de prise de commande et d'encaissement en mobilité matérialisé chez nous par une tablette vendeur. Et comme Socloz a toujours été à la hauteur de nos exigences, nous avons plus récemment implémenté avec succès, leur OMS dans le but de fluidifier encore plus l'expérience de nos clients en magasin et d'augmenter la disponibilité des produits sur notre site web.

### **Quels résultats ont été observés à la suite de la mise en place de la plateforme Socloz ?**

95% des E-reservations finissent par être converties, et ce, en particulier, avant nos ventes privées. Pour nous, la E-reservation c'est vraiment l'assurance que le produit sera vendu. Du côté du Système de prise de commande et d'encaissement en mobilité, sa mise en place a généré sur les six premiers mois, entre 2 et 5 % de chiffre d'affaires additionnels au sein de notre parc de magasins. L'avenir semble donc plus que prometteur. Enfin, c'est l'OMS de Socloz avec la mise en place du Ship From Store qui a été le plus performant avec une hausse significative du chiffre d'affaires sur le site e-commerce et en magasin. Permettre à nos vendeurs de passer une commande en mobilité, c'est leur donner l'opportunité de satisfaire 100% de leurs clients en leur donnant accès à tous les stocks disponibles de notre enseigne : une vraie révolution source de business pour nous.

### **Comment vos équipes « terrain » ont-elles vécu ces mises en place ?**

En dehors du scénario de Ship-From-Store sur lequel la boutique ne perçoit pas de chiffre d'affaire, l'ensemble des scénarios ont été très bien acceptés par les équipes. Une chance pour les vendeurs de démultiplier leurs opportunités de convertir la visite d'un client en une vente. En effet, pour motiver l'usage du système de prise de commande et d'encaissement en mobilité nous avons décidé d'accorder au magasin 100% du chiffre d'affaires généré par leur vente, et ce, même si la commande n'a pas été puisée sur le stock de leur magasin. Un système de calcul juste qui convient parfaitement à nos équipes de vente.

### **Envisagez-vous de mettre en place de nouveaux scénarios omnicanaux à l'avenir ?**

La prochaine étape serait de mettre en place l'Express Click and Collect qui consiste à interroger les stocks disponibles de nos magasins. Une façon pour nous de satisfaire nos clients le plus rapidement possible tout en facilitant le déstockage de nos magasins. C'est aussi et surtout la possibilité pour notre clientèle, de pouvoir récupérer sa commande dans le point de vente le plus proche où le produit est disponible, et ce, en seulement quelques heures. D'autre part, nous aimerions généraliser l'usage de l'OMS Socloz dans tous nos magasins, incluant notamment nos outlets.



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](mailto:sales@socloz.com) - 01 84 17 60 19

 **SOCLOZ**  
NEXT RETAIL