

TD – Étude de cas : Chaîne de supermarchés (RetailMarket SA)

Objectifs pédagogiques

- Appliquer les notions de SI à un contexte concret différent.
- Identifier le rôle des SI dans la logistique, la relation client et la prise de décision.

Contexte

RetailMarket SA est une chaîne de supermarchés de taille moyenne implantée dans plusieurs villes. Actuellement, l'entreprise rencontre des difficultés :

- Les stocks sont gérés magasin par magasin, sans coordination.
- Les promotions ne sont pas centralisées : chaque magasin décide localement.
- Le suivi des clients est quasi inexistant.
- Les rapports de vente sont transmis tardivement au siège, empêchant une vision en temps réel.

La direction envisage de mettre en place un **Système d'Information centralisé** intégrant :

- Un **ERP** pour la gestion des stocks et de la logistique.
- Un **CRM** pour gérer la fidélité et la relation client.
- Un **module décisionnel (BI)** pour suivre les ventes, les marges et les tendances.

Questions

Partie 1 : Compréhension générale

1. Quels sont les processus métiers principaux dans une chaîne de supermarchés ?
2. Expliquez en quoi un SI centralisé diffère d'une gestion locale magasin par magasin.
3. Citez deux bénéfices attendus d'un CRM dans ce contexte.

Partie 2 : Étude des besoins SI

4. Associez les processus suivants à leur besoin SI :
 - Gestion des achats auprès des fournisseurs
 - Réapprovisionnement automatique des rayons
 - Fidélisation des clients
 - Analyse des ventes par produit et par magasin
5. Quelle granularité des données de vente serait la plus pertinente pour le module décisionnel : heure, jour, semaine, mois ? Justifiez.

Partie 3 : Réflexion critique

6. Quels risques pour RetailMarket si la mise en place du SI n'est pas accompagnée d'une formation des employés ?
7. En quoi l'alignement SI – métiers est crucial dans un secteur fortement concurrentiel comme la grande distribution ?
8. Proposez un exemple de KPI pertinent pour le tableau de bord d'un directeur régional.