

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.