

TD2

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 ?

Approvisionnement, gestion des stocks, mise en rayon, vente en magasin, promotions, relation client, encaissement, reporting / pilotage.

2. Expliquez en quoi un SI centralisé diffère d'une gestion locale magasin par magasin.

L'information est **commune** et **partagée** en temps réel entre tous les magasins et le siège. Alors que le mode local = chaque magasin travaille "en silo" = pas de vision globale.

3. Citez deux bénéfices attendus d'un CRM dans ce contexte.

→ Meilleure fidélisation / connaissance client.

→ Offres commerciales et promotions personnalisées.

Partie 2 : Étude des besoins SI

4. Associez les processus suivants à leur besoin SI :
 - Gestion des achats auprès des fournisseurs : ERP (module achats / logistique) .

- Réapprovisionnement automatique des rayons : ERP (gestion de stock + règles mini/maxi) .
- Fidélisation des clients : CRM .
- Analyse des ventes par produit et par magasin : BI (Business Intelligence) .

5. Quelle granularité des données de vente serait la plus pertinente pour le module décisionnel : heure, jour, semaine, mois ? Justifiez.

jour (et éventuellement semaine)

Justification : en grande distribution, la journée est l'unité d'analyse classique pour suivre les ventes, les pics, les promotions. L'heure serait trop fine (trop de données, pas utile pour décision stratégique).

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 ?

rejet du système, mauvaise utilisation, erreurs de saisie, perte de productivité, retour en arrière aux anciennes méthodes.

7. En quoi l'alignement SI – métiers est crucial dans un secteur fortement concurrentiel comme la grande distribution ?

parce que le SI doit soutenir le business : optimiser les achats, réduire les ruptures de stock, améliorer la fidélité, piloter les marges.

Si le SI n'est pas aligné sur les métiers → on perd de la compétitivité.

8. Proposez un exemple de KPI pertinent pour le tableau de bord d'un directeur régional.

→ Taux de rupture de stock par produit / par magasin

ou

→ Marge moyenne par famille de produits

ou

→ Chiffre d'affaires par magasin par jour.