

## 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 ?
  - gestion des stocks, gestion des approvisionnements, ventes de produits, gestion de la relation client, facturation et encaissement, gestion RH (paie)
2. Expliquez en quoi un SI centralisé diffère d'une gestion locale magasin par magasin.
  - Un SI centralisé permet d'avoir toutes les données des magasins regroupés dans un seul système. Permet la cohérence (mêmes informations partout), le partage et l'accessibilité rapide des informations pour la direction et tous les magasins.
  - Contrairement à la gestion locale magasin par magasin fait que chaque magasin a accès à ses données indépendamment
3. Citez deux bénéfices attendus d'un CRM dans ce contexte.
  - Dans cette entreprise, le suivi des clients est quasi inexistant donc avoir un logiciel qui permet de gérer la relation client serait un plus.
  - De plus, les promotions diffèrent de magasin en magasin, les centraliser (dans le sens où chaque magasin applique les mêmes promotions) serait bénéfique.

## Partie 2 : Étude des besoins SI

### 4. Associez les processus suivants à leur besoin SI :

- Gestion des achats auprès des fournisseurs → module achats (PGI/SI opérationnel)
- Réapprovisionnement automatique des rayons → gestion des stocks (PGI/SI opérationnel)
- Fidélisation des clients → CRM
- Analyse des ventes par produit et par magasin → module décisionnel / suivi des ventes (SI décisionnel)

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

- Granularité trop fine (heure, jour, semaine) : Les informations sont trop détaillées et peu significatives pour prendre des décisions.

- Granularité mensuelle : Permet d'avoir suffisamment de données pour observer des tendances fiables et facilite la prise de décision pour la direction.

## 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 ?

- Ils ne sauront pas utiliser le système → erreurs et perte de temps.

- Le personnel peut refuser le changement et rester sur l'ancienne façon de travailler.

- Le SI ne sera pas utilisé correctement → investissement perdu.

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

- Les supermarchés doivent être efficaces et rapides (stocks, prix, promotions...)

- Un SI adapté aide à mieux travailler et à être plus compétitif face aux autres enseignes.

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