

## L3 MIAGE — TD n°6 – Stratégie et Systèmes d'information — Corrigé

Ce corrigé propose des éléments de réponse pour le TD « Stratégie et Systèmes d'information ».

Les propositions présentées ne sont pas exclusives.

L'essentiel est de justifier les analyses à partir du cas GardenPro et des notions vues en cours.

### Cas d'usage : rappel

GardenPro est une chaîne régionale de 15 magasins de jardinage et bricolage qui souhaite lancer un service de click and collect baptisé **Garden-Drive**.

Le PDG souhaite ainsi répondre à la concurrence en ligne et élargir le catalogue tout en optimisant les stocks grâce à un entrepôt central.

Le système d'information actuel repose sur un ERP « métier » et un site vitrine statique ; l'équipe informatique est très réduite.

Le projet Garden-Drive implique la mise en place d'un site e-commerce connecté en temps réel au stock et la création d'une logistique rapide entre le dépôt et les magasins.

## 1. Matrice SWOT

Voici un exemple de matrice SWOT.

Forces (F)	Faiblesses (W)
Marque reconnue dans la région et fidélisation des professionnels.	Présence numérique limitée à un site vitrine statique ; faible maturité digitale.
Réseau de 15 magasins assurant une proximité avec la clientèle.	Equipe informatique réduite à deux personnes ; capacité limitée pour mener un projet e-commerce.
ERP déployé pour la gestion commerciale, les achats, les stocks et la comptabilité ; processus métier maîtrisés.	Infrastructure obsolète : un seul serveur sans redondance, synchronisation des caisses manuelle.
Bonne connaissance des besoins des clients professionnels, relations avec des fournisseurs.	Insuffisance de compétences en marketing digital et absence de CRM intégré.
Projet d'entrepôt central permettant d'élargir le catalogue et d'optimiser les stocks.	Activité de location de véhicules déficitaire ; logistique actuelle peu automatisée.

<b>Opportunités (O)</b>	<b>Menaces (T)</b>
Croissance des usages de click and collect et des stratégies phygitaes qui combinent web et magasin	Concurrence des pure players du e-commerce et des marketplaces, capables de pratiquer des prix agressifs.
Développement de nouveaux services (livraison à domicile, conseils en ligne).	Risque d'érosion des marges si les délais de livraison ne sont pas respectés ou si les coûts logistiques augmentent.
Possibilité de collecter des données clients pour personnaliser l'offre et adapter le catalogue.	Attentes élevées des clients en matière de disponibilité et de rapidité ; mauvaise expérience client pouvant nuire à l'image.
Transformation digitale accélérée par les nouvelles habitudes d'achat ; soutien potentiel des collectivités locales pour les circuits courts.	Complexité du pilotage de la logistique centralisée et risques de rupture de stock.
Amélioration de la notoriété grâce à un service innovant (réservation en ligne et retrait rapide).	Manque de compétences internes pour mener la transition numérique ; risque de dépendance à des prestataires externes.

## 2. Analyse de la stratégie

Le projet **Garden-Drive** répond à plusieurs enjeux stratégiques :

### 1. Répondre à l'évolution des comportements d'achat.

- Les clients sont de plus en plus enclins à préparer leurs achats en ligne avant de se déplacer.
- La stratégie phygitale vise à créer un parcours d'achat multicanal où l'internaute réserve en ligne et récupère le produit en magasin.
- Cette initiative permet de conserver la proximité tout en modernisant l'expérience.

### 2. Se différencier par le service plutôt que par le prix.

- GardenPro ne pourra pas lutter frontalement contre les grands sites de e-commerce sur les prix.
- En proposant un retrait rapide, des conseils en magasin, une large gamme et un service de livraison personnalisé, l'entreprise mise sur la valeur ajoutée et la confiance.
- Le lancement d'un entrepôt central permet d'élargir l'offre sans alourdir les stocks des magasins, ce qui soutient cette stratégie.

### 3. Optimiser la supply chain et réduire les coûts.

- L'implantation d'un dépôt régional et la livraison entre le dépôt et les magasins visent à passer en flux tendu.
- Cela nécessite un système d'information capable de gérer les stocks en temps réel et de synchroniser les commandes clients avec les approvisionnements, comme l'exige le click and collect.

### 4. Diversifier les services et fidéliser la clientèle professionnelle.

- En enrichissant le catalogue et en offrant la possibilité de commander en ligne, GardenPro cherche à renforcer sa base de clients professionnels qui valorisent la qualité et la disponibilité.
- Les services de livraison et de location peuvent être repensés pour devenir rentables.

Ainsi, la stratégie combine **différenciation** par le service (rapidité, proximité, expertise) et **efficience opérationnelle** grâce à une logistique centralisée.

Elle vise à développer un **avantage concurrentiel** en adoptant une approche phygitale sans renoncer à l'ancrage local.

### 3. Valeur du système d'information

#### Valeur patrimoniale et valeur d'usage du SI actuel

- **Valeur patrimoniale actuelle :**

- L'ERP constitue une **ressource patrimoniale** pour GardenPro car il formalise les processus métiers (achats, ventes, stock, comptabilité) et contient les données historiques de l'entreprise. Il représente un actif immatériel important qui ne saurait être reconstruit rapidement en cas de perte.
- Le site vitrine, en revanche, a une valeur patrimoniale faible car il ne permet aucune interaction ni collecte de données.

- **Valeur d'usage actuelle :**

- L'ERP apporte une forte valeur d'usage pour les opérations quotidiennes en magasin : gestion des stocks, facturation, comptabilité, etc.
- En revanche, le site vitrine apporte peu de valeur d'usage puisqu'il ne permet pas de vente en ligne et ne contribue pas à la stratégie commerciale.
- La synchronisation des caisses une fois par jour et l'absence de reporting en temps réel limitent également la valeur d'usage pour le pilotage.

#### Valeur patrimoniale et valeur d'usage du SI futur

- **Valeur patrimoniale future :**

- La mise en place d'un site e-commerce intégré à l'ERP et relié à un entrepôt central renforcerait la valeur patrimoniale du SI.
- Les données clients et transactionnelles collectées en ligne seraient capitalisées et serviraient de base à des analyses marketing.
- Le développement d'une plateforme logistique et la modernisation de l'infrastructure (cloud, redondance, sauvegardes) augmenteraient également la valeur patrimoniale en pérennisant l'outil de production.

- **Valeur d'usage future :**

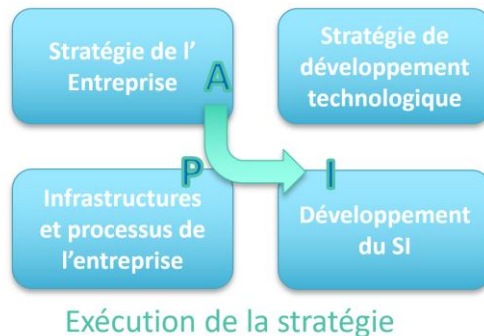
- La valeur d'usage augmenterait notablement grâce à l'intégration des processus de commande en ligne, de réservation et de préparation en magasin.
- Les clients pourraient vérifier la disponibilité en temps réel, réserver un produit et choisir le magasin de retrait.
- Les employés disposeraient d'outils pour préparer rapidement les commandes et optimiser les tournées de livraison.
- Les fonctions de reporting et de prévision (tableaux de bord des stocks, analyse des ventes) faciliteraient la prise de décision et la réactivité.
- Enfin, un portail client offrirait de nouveaux services (historique des commandes, avis, conseils), augmentant la valeur d'usage et la satisfaction client.

## 4. Démarche d'alignement

Plusieurs perspectives d'alignement peuvent s'appliquer à GardenPro. D'après l'analyse, deux approches se démarquent :

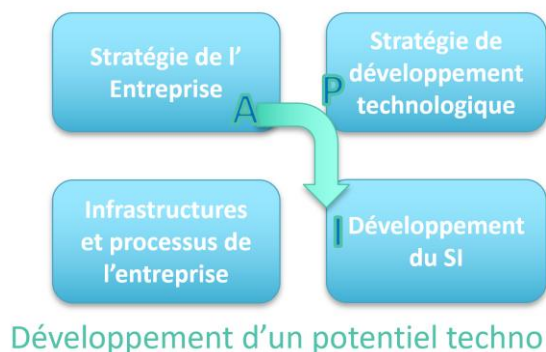
### 1. Exécution de la stratégie.

- La démarche consiste à décliner une stratégie claire (améliorer l'expérience client, élargir l'offre, optimiser les coûts) grâce à des projets IT bien identifiés.
- La DSI doit comprendre les objectifs de l'entreprise et cartographier les priorités stratégiques.
- Elle mettra en place un plan d'action (feuille de route, gouvernance, indicateurs) et pilotera le projet en lien avec les métiers.



### 2. Développement d'un potentiel technologique.

- En parallèle, l'entreprise souhaite tirer parti des possibilités offertes par les technologies de l'information pour transformer son modèle.
- La mise en place d'un site click and collect et d'une logistique centralisée est un levier de transformation profond.
- L'IT ne se contente pas de soutenir une stratégie existante : elle crée de nouvelles capacités et permet d'atteindre des segments de marché autrement inaccessibles.
- Cette perspective nécessite une forte intégration entre l'IT et le business et des compétences nouvelles pour mener le changement.



La réussite du projet suppose de combiner ces deux perspectives : exécuter la stratégie de manière structurée au moyen de projets IT qui vont tirer parti des nouvelles technologies qui seront mises en œuvre.

Pour y parvenir, GardenPro doit :

- **Impliquer les parties prenantes** et favoriser une communication fluide entre IT et métiers ;
- **Former les utilisateurs** et accompagner le changement afin de garantir l'adoption des nouvelles solutions ;
- **Mettre en place une gouvernance et un pilotage** (comités, indicateurs) permettant de hiérarchiser les projets et de suivre les bénéfices ;
- **Adopter une démarche d'amélioration continue**, en analysant les retours d'expérience et en ajustant les solutions dans le temps.

En résumé, GardenPro doit structurer sa transformation digitale autour d'une vision stratégique partagée et d'une solide capacité IT.

L'alignement passe par la co-construction du projet Garden-Drive entre les métiers et la DSI, afin de créer de la valeur à long terme.