

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 ?

Les processus clés incluent :

- Gestion des achats et relations fournisseurs
- Gestion des stocks et de la logistique
- Gestion des ventes et passage en caisse
- Merchandising
- Marketing & fidélisation
- Gestion financière
- Ressources humaines
- Service client

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

Un SI centralisé regroupe toutes les données et processus dans une plateforme commune, offrant une vision globale en temps réel et permettant une coordination centralisée (stocks, promotions, décisions).

Une gestion locale repose sur des systèmes séparés par magasin, ce qui crée de l'hétérogénéité, limite la coordination et complique le pilotage global.

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

Un CRM permet d'améliorer la connaissance des clients et d'adapter les offres pour renforcer leur fidélité.

Partie 2 : Étude des besoins SI

4. Associez les processus suivants à leur besoin SI :

- Gestion des achats auprès des fournisseurs - l'ERP
- Réapprovisionnement automatique des rayons - l'ERP
- Fidélisation des clients - CRM
- Analyse des ventes par produit et par magasin - outil de BI

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

La granularité journalière est la plus adaptée, car elle offre assez de précision pour piloter l'activité sans produire un volume de données trop lourd.

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 ?

Sans formation, les employés risquent de mal utiliser le système, de rejeter les nouveaux outils et de provoquer des erreurs opérationnelles.

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

Un bon alignement garantit que le SI soutient réellement les besoins du terrain et aide l'entreprise à rester compétitive dans un marché très concurrentiel.

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

Un indicateur pertinent serait le taux de rupture en rayon pour suivre la disponibilité des produits dans chaque magasin.