

### DOSSIER 27

SOCIETE UTILISATRICE	
Nom de la société :	SALM SAS (Schmidt – Cuisinella)
Secteur d'activité	Concevoir//Produire//Distribuer des produits sur-mesure et innovants dans le domaine de la cuisine et de l'ameublement
Chiffre d'affaires annuel	410M€ de CA en 2014
Effectif	1450
Nom et fonction du représentant (signataire du document)	Kunstler Franck Chef de Projet Fonctionnel Maire-Lantz Anthony Chef de Projet Informatique
N° de téléphone	
e-mail	
SOCIETE PARTENAIRE	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	CGI
Nom du représentant (signataire du document)	Schmalz Thomas
N° de téléphone	
e-mail	
PROJET réalisé depuis 2013	
1. Problématique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Traçabilité des colis assurée uniquement par des documents papiers, (perte de colis et d'informations)</li> <li>Insatisfaction des consommateurs et des magasins</li> </ul>
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<p><b>Projet « As@ent » : Améliorer la Satisfacation des Consommateurs Européens en Traçant les produits et les services</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en place d'un réseau de plateformes partenaires de distribution certifiées dans un modèle B to B to C</li> <li>Développement d'une solution mobile de traçabilité du flux de livraison jusqu'au consommateur</li> <li>Développement d'une solution web les magasins et plateformes logistiques</li> </ul>
3. Objectif	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Objectifs pour la SALM et son réseau :</b></li> <li>Se donner des moyens d'identifier les causes de l'insatisfaction consommateur en mettant en œuvre un outil de traçabilité des commandes.</li> <li>Pouvoir tracer et évaluer les produits et services jusqu'à la réception finale par le consommateur</li> <li>Fournir une information fiable en temps réel à tous les acteurs au travers d'une solution simple et robuste permettant de gagner en fiabilité et en réactivité</li> <li>Faire de la traçabilité un outil de différenciation auprès du consommateur</li> </ul>
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Tracer les tournées de livraison et les colis, des quais de la SALM jusqu'au consommateur final :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Localiser les colis sur les différents segments de la Supply Chain</li> </ul> </li> <li><b>Tracer la pose jusqu'à la fin de chantier :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Accès en mobilité aux informations techniques par le poseur (plan, déclaration SAV, réception de pose consommateur final...)</li> </ul> </li> <li><b>Piloter la satisfaction du réseau et des consommateurs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Mise en place d'une Business Intelligence</li> <li>§ Enquête de satisfaction consommateur à la fin de la livraison</li> </ul> </li> </ol>

5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	Traçabilité des commandes, colis depuis les quais d'expédition SALM et fournisseurs (triangulation des flux) jusqu'au consommateur final. Fonctions et population : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestataires de transport : 150 chauffeurs</li> <li>- Plateformes de distribution : 210 logisticiens</li> <li>- Magasins : 1500 vendeurs / poseurs</li> </ul> Pays : France, Espagne, Allemagne, Italie, Belgique, Suisse, Grande Bretagne, Scandinavie
6. Date de mise en œuvre	27 Janvier 2014
7. Durée de la mise en place	11 mois
8. Nombre d'utilisateurs concernés	1860
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	Dimension du périmètre du projet (volume-géographie) Conduite du changement Difficultés techniques : maîtrise des données dans les systèmes legacy Intégration et maîtrise de nombreux composants techniques Performances liées à la couverture réseau
10. Résultats obtenus (qualitatifs et quantitatifs)	Phase de déploiement en cours : 29 plateformes logistiques déployées en Europe 100 % expéditions SALM tracées 150 chauffeurs équipés 700 magasins déployés Augmentation du taux de recommandation des magasins
11. R.O.I. estimé	Réduction du taux de colis manquants et cassés (-20%) Renforcement de la notoriété et du taux de recommandation consommateur (augmentation du chiffre d'affaire des magasins) Amélioration de la satisfaction client (Enquête)
12. Perspectives d'évolution	LOT 2 : Amener des contenus pour améliorer le service au consommateur : déploiement d'une solution mobile de traçabilité et d'assistance et de suivi de la pose de cuisines et habitat et de la réception de chantier. LOT 3 : intégrer le projet au système d'information cible
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	Choix d'une solution de mobilité s'appuyant sur technologies innovantes SAP : SAP OER, SUP/SMP
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	Suppression sur toute la supply chain des tâches à faible valeur ajoutée (recherche d'information, relances, impression de document...) Participation à la réduction des coûts de transport (One Way)
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ? (Si oui, précisez)	Réduction du papier (Bulletin de livraison, Avis de livraison, bons de retour) Réduction des km à vide (750 000 km/an) Réduction des coûts de transport : massification des flux et suppression des retours ou avoirs sans avoir besoin de retourner la marchandise