

 vente-privée

Vente-Privée accélère ses ventes événementielles avec Frequentiel

Le leader mondial des ventes flash utilise la technologie RFID pour gérer et suivre ses échantillons

« La RFID nous offre une meilleure traçabilité et nous permet de mieux gérer nos échantillons de marchandise. Nous avons dépassé nos objectifs de retour sur investissement en moins de 3 ans. Nous profitons également d'une meilleure visibilité sur nos processus et d'une accélération de la préparation de nos ventes événementielles, tout cela avec moins d'erreurs et moins de retards. »

— **Lilian Mariani**, directeur de projet chez Vente-Privée

En résumé

- Pionnier et leader des ventes événementielles en ligne
- 20 ventes par jour en période de pointe
- Un ROI de la solution RFID atteint en moins de 3 ans

Situé juste à l'extérieur de Paris, l'entrepôt du siège de Vente-Privée ressemble aux allées d'un grand magasin. 450 personnes travaillent à la préparation des ventes et les échantillons sont transférés à différents services, dont le studio photo interne. 1 500 autres personnes exploitent le site web de la marque, qui permet aux membres Vente-Privée d'acheter des articles de grandes marques à prix réduit, en plusieurs langues.

Les articles stockés au siège sont tous des échantillons uniques de produits appelés à être mis en avant sur le site le temps d'une vente événementielle organisée avec une marque. L'équipe de production commerciale est responsable de la photographie et de la saisie des articles dans le catalogue du site.

Gérer des centaines de milliers d'échantillons

Vente-Privée organise en moyenne 10 ventes événementielles par jour, et 20 en période de pointe. Les marques livrent les échantillons à un entrepôt dédié, où ils sont redirigés une fois insérés dans le catalogue.

« Le service logistique reçoit les échantillons en provenance de l'entrepôt et organise les livraisons pour les différents services impliqués dans la préparation de la vente, y compris notre studio photo, chargé de photographier et préparer les échantillons, de repasser, de décorer, etc. », explique Lilian Mariani, directrice de projet chez Vente-Privée.

Une fois enregistrés dans le catalogue, les échantillons retournent à l'entrepôt dédié, où les employés les renvoient au fournisseur.

Enjeux

- Mieux gérer le flux d'échantillons à travers l'organisation.
- Atteindre 100% de traçabilité des échantillons.

Solution Frequentiel

- Plateforme logicielle OCTO+ de traçabilité universelle à la pièce.
- Apps mobiles OCTO+ pour faciliter le quotidien des collaborateurs.
- Services Frequentiel experts en intégration logicielle et en RFID.
- Solution Frequentiel d'intégration du matériel mobile et fixe.

Bénéfices

- Un transfert sans friction des échantillons d'un service à l'autre.
- Moins d'échantillons perdus.
- Une traçabilité complète.

Jusqu'à récemment, les informations concernant les échantillons étaient transmises par email et dans des feuilles Excel, mais entre 2007 et 2011, l'entreprise a vu sa taille multipliée par six, et le suivi est devenu très complexe. Pour localiser chaque échantillon à tout moment, Vente-Privée a donc adopté la RFID.

« Cette technologie nous permet de suivre et de mieux gérer notre flux d'échantillons », explique Lilian Mariani.

Une gestion à la pièce **du stock** **échantillons**

Après un appel d'offre, Vente-Privée a choisi Frequentiel pour intégrer les terminaux et les tags RFID.

À l'entrepôt, les opérateurs apposent désormais des étiquettes RFID réutilisables sur chaque échantillon dès son arrivée. Avant de le renvoyer au fournisseur, ils retirent l'étiquette. Le tag supprimé peut alors être appliqué à la pièce entrante suivante. Chaque étiquette ayant un numéro unique, tous les mouvements d'échantillons et les statuts sont enregistrés par le système et visibles en temps réel. Si un vêtement porte déjà une étiquette, le système l'ignore et ne reconnaît que la série de chiffres appliquée par Vente-Privée.

Un retour sur investissement **atteint en** **moins de trois ans**

La mise en œuvre d'une solution RFID peut nécessiter un investissement de plusieurs centaines de milliers d'euros. Les opérations de taggage et d'étiquetage constituent un coût supplémentaire. Une étiquette intelligente peut ainsi valoir jusqu'à 30 centimes d'euro. Pourtant, Vente-Privée a atteint son retour sur investissement en moins de trois ans, grâce à des contrôles manuels moins nombreux, une lecture d'étiquettes plus rapide et moins d'échantillons perdus.

« Le retour sur investissement est encore plus élevé si on prend en compte ce que nous avons gagné en visibilité et en temps de préparation de nos ventes, en fiabilité et en ponctualité », conclut Lilian Mariani.