

Martina Pokorná / Purchase Manager

➤ **Quand Myfoodmarket est-il apparu et quelle était sa vision ? Quels étaient les types initiaux des magasins et qu'est-ce qui nous a poussé à rechercher un système de la préparation des planogrammes ?**

Le premier magasin du marché My FOOD a été ouvert en mai 2013 à Brno avec le but de construire un concept tchèque des magasins d'alimentation de taille moyenne, qui propose une gamme complète d'aliments mettant l'accent sur la qualité, la fraîcheur, la composition du produit et il offre aux clients une expérience d'achat combinée à un excellent service.

Cependant, il y avait plus de concepts similaires sur le marché à cette époque. En 2010, le premier « Náš Grunt » a été créé à Prague et en 2011, le premier « Sklizeno » a été ouvert à Brno. Trois concepts similaires, trois entrepreneurs différents, trois motivations similaires : la qualité, la fraîcheur, l'honnêteté, le soutien aux produits et agriculteurs locaux, et l'accent mis sur le client. Mais aussi un certain nombre des problèmes similaires : assortiment incomplet, prix élevés, approvisionnement, inefficacité dans des nombreux domaines, nécessité des meilleurs fonds et exigence spatiale. Par conséquent, en 2016 et 2017, ces trois concepts ont été fusionnés sous une seule marque Sklizeno.

En 2016, les problématiques évoquées ci-dessus nous ont poussé à rechercher un outil qui nous permettrait de rendre une partie des opérations plus efficace. C'est la raison pour laquelle nous avons commencé à chercher un système pour la préparation des planogrammes. À cette époque, nous n'avions aucune idée du nombre d'aspects sur lesquels Quant ferait ses preuves en dehors des planogrammes.

- 25 magasins en République tchèque et en Slovaquie avec la surface allant de 70 à 250 m<sup>2</sup>
- 424 producteurs
- 15 236 produits dans la base des données, dont 7 117 sont dans les planogrammes



**Vous avez commencé à utiliser Quant en mars 2016. Vous souvenez-vous de vos attentes à cette époque ? Quels ont été les obstacles ? Comment avez-vous réussi à les surmonter et quels en ont été les premiers bénéfices ?**

Nous étions très enthousiastes au tout début lorsque les opérations de travail impliquant l'assortiment et la planification de l'espace des magasins sont devenues nettement plus efficaces. Au cours des trois premiers mois, Quant a été rempli des données et trois magasins MY FOOD ont été dessinés. Les magasins étaient équipés des tablettes et travaillaient avec des planogrammes via une interface web directement dans les magasins locaux.

Je me souviens clairement du moment où nous avons ouvert notre quatrième magasin à Hradec Králové. C'était le premier magasin ouvert avec Quant. Quand je suis arrivée à Hradec Králové, il y avait sept palettes des marchandises qui attendaient devant notre mini-magasin. Je doutais vraiment que les marchandises sur les sept palettes rentrent dans le petit espace du magasin. Ils se sont ajustés. Et le temps nécessaire à la gestion des stocks a été réduit de quatre ou cinq jours de stress à une journée et demie agréable !

Je ne réalise aucun obstacle à partir de cette époque. Au début, bien sûr, il a fallu beaucoup de travail pour préparer les données, mesurer tous les produits, cibler les magasins, récupérer et recadrer les images, établir un système pour les transferts des données, mais rien de tout cela n'a été perçu comme un obstacle.

En septembre 2016, nous avons subi un changement dans le système ERP, nous avons remplacé Sofix par WinShop et avec ce changement, il était nécessaire de mettre en œuvre des nouvelles importations automatiques des données des produits, des ventes et des stocks, qui ont duré jusqu'à fin 2016. Dès le début, nous avons prévu d'utiliser des planogrammes pour déterminer les stocks minimum et maximum des produits pour les commandes automatiques. Jusque-là, le gérant du magasin devait passer par le magasin plusieurs fois par semaine, noter les marchandises manquantes et les saisir manuellement dans la commande dans le système ERP.

Avec le lancement des commandes automatiques, le travail lié à la commande est devenu plus facile. Après avoir résolu l'ensemble du processus, nous sommes dans un état où le magasin génère une commande automatique plusieurs fois par semaine, le gérant du magasin la confirme en un clic et l'envoie à l'entrepôt, qui la récupère et renvoie un bon de livraison au magasin, que le responsable confirme en un clic et les marchandises sont stockées.

**Quand la chaîne des magasins Sklizeno a-t-elle été achetée et quand le changement de la marque a-t-il été effectué ? Comment utilisez-vous Quant pour renommer les magasins acquis ?**

Alors que les magasins MY FOOD étaient connectés depuis le tout début à un système ERP central, les magasins d'origine de Sklizeno et Náš Grunt fonctionnaient comme des unités distinctes. Lors du changement de la marque des magasins, nous avons non seulement changé le style visuel, mais nous avons également dû connecter la base des données des magasins au système ERP central et créer des planogrammes pour cela. Les premières complications sont survenues ici, car l'assortiment des magasins d'origine était très fragmenté et l'équipement des magasins était en désordre. Malgré d'importantes suppressions des listes, la gamme et les variantes des catégories ont progressivement commencé à élargir, et l'administration de Quant est devenue plus laborieuse à chaque changement de la marque.

Lorsque nous avons plus ou moins terminé les opérations de rebranding, nous avons beaucoup de magasins très différents dessinées à Quant, qui diffèrent à la fois par l'emplacement (concepts de magasinage et de restauration dans les centres commerciaux vs magasins locaux), l'équipement et les tailles (à partir de 70 jusqu'à 250 m<sup>2</sup>). Maintenant, notre priorité est d'utiliser à nouveau Quant pour l'optimisation de l'assortiment et de l'espace dans les magasins, pour la création des planogrammes qui seront plus spécifiques au magasin et correspondront mieux à un concept donné et aux attentes des clients.



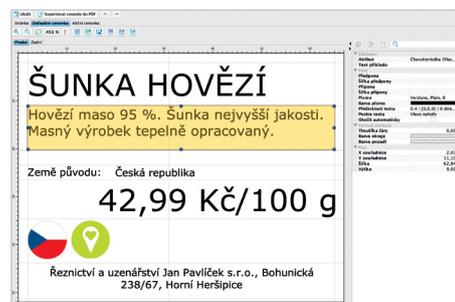
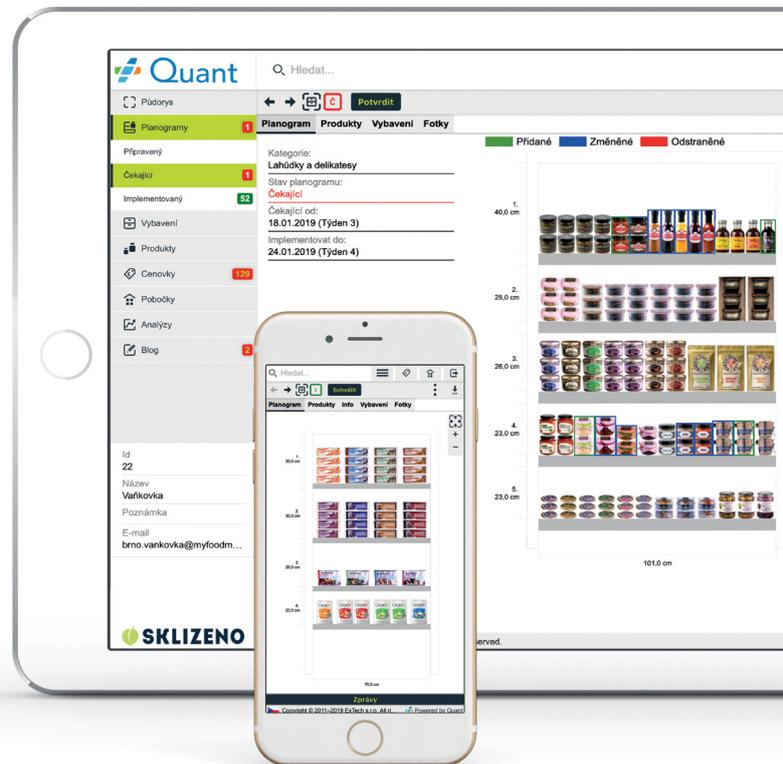
En décembre 2016, nous vous avons informé que nous travaillions sur des SELs en Quant. En février, nous avons commencé à travailler dur sur le sujet. Quelle a été votre principale motivation ? Comment la mise en œuvre s'est-elle déroulée ? Quand avez-vous réussi à déployer les SELs ?

Vous nous avez littéralement sauvés ! Jusque-là, nous n'avions que quatre magasins appartenant à notre groupe qui avaient les mêmes prix de vente et nous préparions les SELs manuellement dans une feuille Excel. Début 2017, nous avons commencé à préparer notre premier magasin franchisé. Parmi les spécificités des magasins franchisés, il y a le fait qu'ils peuvent modifier le prix de vente recommandé dans certaines limites, c'est ainsi que nous traitons les différents emplacements de nos magasins.

Premièrement, à quel point il était facile et rapide de télécharger des données et des images sur Quant grâce aux importations en masse et aux fonctionnalités optionnelles du produit, et deuxièmement, à quel point il était facile de créer l'apparence visuelle souhaitée de l'étiquette de prix dans l'éditeur en fonction de la conception graphique.

Le seul moment un peu compliqué a été celui où la base des données du magasin a été connectée à Quant pour importer les prix de vente modifiés vers Quant en temps réel. En cas de changement, le système ERP envoie le prix de vente au serveur qui est vérifié par Quant toutes les cinq minutes. Par conséquent, lorsque le magasin décide de modifier le prix, Quant a le SEL prêt pour l'impression dans les cinq minutes.

Le déploiement et la préparation des SELs ont pu être mis en œuvre en un mois grâce à une grande assistance de Quant.



## Qu'en est-il des planogrammes marketing ?

Nous avons commencé à gérer l'espace marketing des magasins en planogrammes il y a plus d'un an et demi. Nous stockons les supports marketing pour les magasins dans un référentiel partagé des données à partir duquel ils peuvent les télécharger et les imprimer. Grâce aux planogrammes, ils savent où exactement l'affiche ou le dépliant doivent être placés et quand ils doivent être remplacés.

## Je pense qu'à partir de juin 2018, vous avez commencé à utiliser un blog à Quant. Comment cette activité a-t-elle résisté à l'épreuve du temps ?

Très bien en effet. Jusque-là, tout changement dans les planogrammes était perçu par les magasins plutôt négativement. En juin 2018, nous avons introduit la publication régulière des planogrammes et nous écrivons également un blog pour chaque planogramme publié. Dans le blog, nous décrivons les changements que nous avons apportés aux planogrammes ainsi que les raisons qui nous ont amenés à mettre en œuvre les changements. Depuis lors, les planogrammes ont été perçus très différemment. Le personnel ne voit plus le planogramme comme un mal nécessaire inventé par le gestionnaire de catégorie dans le confort de son bureau pour déranger le personnel du magasin. Désormais, ils abordent les planogrammes comme des changements qui peuvent contribuer à augmenter le chiffre d'affaires du magasin et aussi la satisfaction des clients.

« Le déploiement et la préparation des SELs ont pu être mis en œuvre en un mois grâce à une grande assistance de Quant. »

### En décembre 2018, vous avez ouvert le premier magasin en Slovaquie, à Bratislava. Comment avez-vous préparé Quant pour un nouveau pays ?

Au début, nous pensions construire un nouveau Quant et une connexion au système ERP slovaque. Finalement, étant donné que le système ERP slovaque est basé sur le système tchèque, nous avons décidé de mettre en œuvre une solution plus simple et d'utiliser Quant pour la préparation des planogrammes slovaques et tchèques.

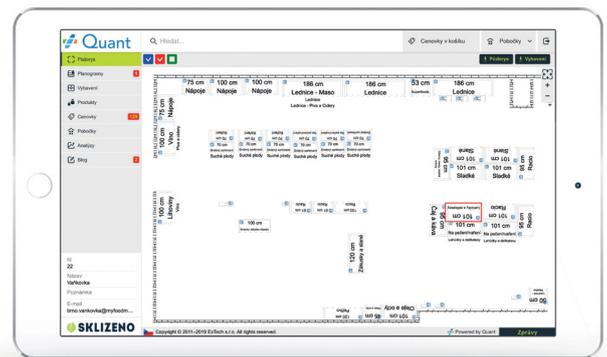
Du côté de Quant, des changements mineurs ont dû être mis en œuvre, ce qui nous a permis de définir, par exemple, des bons de commande automatiques spécifiques au magasin ou une devise différente sur les SELs. Grâce aux propriétés optionnelles des produits, nous définissons ensuite les attributs dont nous avons besoin pour être localisés pour le marché slovaque, c'est-à-dire en particulier des textes sur les SELs. La connexion au système ERP et la détection continue des changements de prix ont ensuite utilisé le même système qu'en République tchèque.

### Quels ont été les obstacles du projet ?

Pour moi en tant que personne ayant des compétences informatiques moyennes au niveau de l'utilisateur, le pire était de comprendre les transferts des données, notamment depuis les magasins franchisés qui disposent des bases autonomes des données. L'outil Task Management, qui a été ajouté par Quant, a beaucoup aidé – maintenant je peux retracer un transfert des données rétrospectivement. Mais en général, les transferts de données restent encore une inconnue pour moi.

### Quels sont les projets pour le futur ?

- Déploiement des bons de la commande pour les produits frais qui ne sont pas inclus dans les bons des commandes automatiques.
- Amélioration de l'indication des articles de vente et amélioration de la gestion des articles de vente dans les planogrammes.
- Rationalisation des variantes de la catégorie et réduction de l'assortiment.



## Êtes-vous intéressé par une présentation ?

Nous serons heureux de vous montrer personnellement toutes les fonctionnalités et avantages de Quant qui pourraient profiter à votre entreprise.

[www.quantretail.com](http://www.quantretail.com)

Pour plus d'informations, veuillez nous contacter :

E-mail: [sales@quantretail.com](mailto:sales@quantretail.com)