

# DANNON ADOPTE UNE APPROCHE INNOVANTE DE LA GPA AVEC TRUCCOMMERCE



The Dannon Company, Inc. (Dannon) produit et vend 6 millions de pots de yaourt par jour avec un éventail de presque 100 parfums, styles et tailles. Marque de yaourt la plus vendue au monde, Dannon® est commercialisée sous les appellations Dannon et Danone. The Dannon Company s'enorgueillit d'allier à chaque instant santé et qualité, et de répondre aux besoins des consommateurs avec de nouveaux produits nutritifs et des saveurs innovantes.

## Identification de la GPA comme catalyseur clé

Dans le cadre du programme « Customer First » mis en place par Dannon afin d'améliorer en continu ses relations clients, la société s'est imposée comme « spécialiste de la chaîne logistique du yaourt » vis-à-vis des consommateurs. Les objectifs du programme sont les suivants:

1. Améliorer la visibilité en amont et en aval de la chaîne logistique
2. Influencer le flux des produits jusqu'au rayon
3. Améliorer la visibilité en rayon pour le consommateur
4. Réduire le gaspillage tout au long de la chaîne logistique

Si ce programme stratégique comporte de nombreux volets, la gestion partagée des approvisionnements (GPA) a été identifiée en 2010 non seulement comme un catalyseur clé, mais aussi comme l'un des processus les plus rapides et extensibles que Dannon pourrait implémenter pour atteindre ses objectifs. Une mise en œuvre efficace de la GPA permettrait en effet à Dannon d'utiliser les données clients pour gérer le réapprovisionnement des entrepôts, et ainsi influencer plus efficacement le réapprovisionnement en magasin et en rayon.

"Nous pouvons apporter une importante valeur ajoutée à nos clients via la collaboration au sein de la chaîne logistique", explique Paula Sawyer, directrice à l'époque du programme GPA de Dannon. "Avec l'énorme boom de la consommation de yaourt, la demande est volatile. Si l'on considère en plus que la durée de vie des yaourts en rayon est de moins de 50 jours, le taux de gaspillage peut être élevé pour les détaillants au cas où

l'approvisionnement ne serait pas bien géré. En aidant nos distributeurs à gérer efficacement le flux de nos produits, nous pouvons devenir leur partenaire privilégié et exercer une forte influence sur le marché du yaourt en général."

## Étroitesse du programme GPA hérité

Comme la plupart des fabricants de produits de grande consommation, Dannon disposait déjà depuis plus de 10 ans d'un programme GPA. Ce programme enregistrait de bons résultats en termes de mesure de la chaîne logistique, avec un taux de rotation de presque 60 et des niveaux de service en entrepôt de 97 %. Dannon reconnaissait toutefois que ce programme en l'état était limité, et le considérait comme un simple processus de chaîne logistique. Il n'était par ailleurs implémenté qu'avec un nombre limité de partenaires-détaillants.

## Ouverture des horizons

Afin de pouvoir tirer pleinement parti de la GPA, l'équipe de Dannon savait qu'elle devait repenser le programme dans le contexte plus large de son initiative 'Customer First', et s'intéresser aux avantages que pourrait apporter la GPA au-delà du seul traitement des transactions et des indicateurs de la chaîne logistique. Ces objectifs restaient importants, mais Dannon devait en tenir compte dans le cadre d'un programme plus stratégique, notamment en tant qu'outil majeur visant à garantir le 'succès en rayon', tel que défini par:

- **L'augmentation des ventes** via l'introduction accélérée de nouveaux produits et une réponse plus rapide aux promotions
- La **réduction des coûts** via la diminution du gaspillage, des stocks et des erreurs de commande
- Une **plus grande satisfaction des consommateurs** via une meilleure disponibilité

en linéaire et l'accès à des produits toujours frais. Atteindre ces objectifs s'avérerait bénéfique tant pour Dannon que ses clients, et aurait un impact positif sur la croissance à long terme. Dans cette optique, l'équipe de Dannon savait qu'elle tenait non seulement à faire passer le programme à la vitesse supérieure auprès des partenaires GPA existants, mais également à l'étendre à un plus large éventail de distributeurs.

Lorsque l'équipe de Dannon a évalué sa plate-forme GPA héritée au regard de cette nouvelle perspective, ses limitations lui ont paru évidentes. Elle nécessitait en effet une importante saisie manuelle pour générer des commandes de réapprovisionnement correctes, ce qui impliquait des analystes GPA supplémentaires pour prendre en charge les nouveaux partenaires et l'accroissement du volume. Le système existant ne proposait en outre que des outils limités pour gérer les nouveaux produits et les promotions, était coûteux à maintenir et difficile à mettre à jour, et n'offrait pas la flexibilité requise en matière de reporting.

"Nous avons besoin d'une plate-forme GPA hautement évolutive, davantage adaptable aux évolutions du marché et bien moins chère à exploiter", poursuit Paula Sawyer. "C'est tout cela qui nous a mis sur la voie d'une solution basée sur l'approche SaaS (logiciel en tant que service). Il était toutefois essentiel que la solution sélectionnée nous permette de maintenir notre niveau de performance élevé, même en élargissant le programme. Il fallait par ailleurs que la migration soit transparente pour nos partenaires existants."

### TrueCommerce sélectionnée comme plate-forme GPA nouvelle génération

Après une évaluation approfondie, Dannon a retenu TrueCommerce comme plate-forme GPA nouvelle génération. Paula Sawyer précise, "nous avons sélectionné la GPA de Datalliance pour plusieurs raisons importantes. La principale, c'est qu'elle permet d'automatiser en grande partie l'effort de planification". Étant donné que le rôle des analystes se résume à vérifier et confirmer les commandes de réapprovisionnement calculées par TrueCommerce, nous pouvons gérer un volume de commandes par analyste bien plus important. Cette capacité accrue constitue un point essentiel à l'extension de notre programme. Le coût du service de TrueCommerce est en fait absorbé par le non-recrutement des analystes supplémentaires dont nous aurions autrement eu besoin. En plus, la maintenance du système, les améliorations continues, la formation et le support sont inclus dans le service, ce qui nous permet d'éliminer les coûts associés à notre système hérité.

### Des résultats concrets

En moins d'un an, Dannon a obtenu les résultats que l'équipe espérait. Tous les partenaires GPA existants ont migré vers la plate-forme de TrueCommerce en l'espace de quelques mois. En conséquence, la productivité des analystes a grimpé en flèche, ce qui a permis à Dannon de commencer à élargir son programme GPA tel que prévu. Le nombre de partenaires est déjà passé à plus de 20 sites et continue d'augmenter.

Fait tout aussi important, l'excellente performance de gestion des stocks a été maintenue avec un taux de rotation moyen de 60 et des niveaux de service de 97 % pour les sites passés à Datalliance après six mois ou plus de suivi

"Le passage à TrueCommerce m'a permis d'établir des relations plus stratégiques avec mes clients plutôt que d'essayer de maintenir le système", a déclaré Rebecca Petza, spécialiste des solutions clients chez Dannon.

### LA GPA DE TRUECOMMERCE, GAGE DE RÉSULTATS

- Nette augmentation de la productivité des analystes GPA
- Déjà 20 partenaires GPA et bientôt de nouveaux
- Performance supérieure maintenue avec un taux de rotation d'environ 60 et un niveau de stock de 97%

En plus de fournir la productivité supérieure nécessaire à l'élargissement du périmètre du programme GPA, la solution GPA de TrueCommerce apporte désormais à Dannon une visibilité précieuse sur l'impact que pourrait avoir la GPA avec de nouveaux partenaires potentiels, permettant ainsi à la direction des prendre des décisions plus éclairées quant à l'élargissement du programme.

"L'utilisation de TrueCommerce nous a permis de considérablement accroître la productivité de notre programme GPA. Ce changement nous permet d'étendre notre programme à plus de partenaires et de sites, afin que nous puissions tirer profit des avantages stratégiques de la GPA dans nos autres activités", résume Jonathan Peltzer, directeur principal des solutions clients qui dirige aujourd'hui le programme GPA de Dannon.

“ Nous pouvons apporter une importante valeur ajoutée à nos clients via la collaboration au sein de la chaîne logistique. En aidant nos distributeurs à gérer efficacement le flux de nos produits, nous pouvons devenir leur partenaire privilégié et exercer une forte influence sur le marché du yaourt en général. ”

**Paula Sawyer**

Responsable du programme chez Dannon

TrueCommerce s'inscrit comme la solution la plus aboutie à l'heure de connecter votre entreprise à l'ensemble de la chaîne logistique ; optez pour une intégration complète, depuis l'EDI jusqu'à la gestion des stocks, en passant par l'exécution, les vitrines et marchés numériques, votre système métier et tout ce que l'avenir vous réserve. Issues de nombreux secteurs, des milliers d'entreprises nous font confiance.

TrueCommerce : avancez sur tous les fronts



Contactez-nous dès aujourd'hui par téléphone au +44 845 643 6600 ou par e-mail à l'adresse [infouk@truecommerce.com](mailto:infouk@truecommerce.com)

**TrueCommerce™** | Do business in every direction

©Copyright 2019 True Commerce, Inc. Tous droits réservés. Toute reproduction partielle ou totale sans autorisation est strictement interdite ; les informations contenues ici peuvent faire l'objet de modifications sans préavis. TrueCommerce® est une marque déposée de True Commerce, Inc. Toutes les autres marques déposées sont la propriété de leurs titulaires respectifs.