

Rue du Commerce valide grâce à QlikView la pertinence de ses choix stratégiques

« QlikView nous permet d'analyser en profondeur notre activité et notre positionnement par rapport au marché. Nous pouvons ainsi ajuster nos actions et optimiser les performances de notre site. »

Estelle Neveu, Chef de Projet Web Marketing - Rue du Commerce

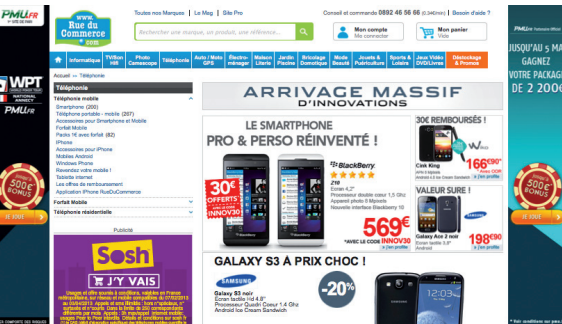
3 millions de produits en ligne
Créé en 1999, Rue du Commerce est aujourd'hui un des leaders de l'e-commerce en France, avec un chiffre d'affaires de 384 millions d'euros sur l'année 2011-2012. L'offre de Rue du Commerce s'est considérablement élargie au fil du temps, que ce soit dans les univers de l'équipement de la maison et de la personne : informatique, image et son, téléphonie, électroménager, mais aussi maison, jardin, mode, culture

Commerce souhaite en effet proposer l'offre la plus diversifiée du e-commerce français, au meilleur prix et avec un niveau de service irréprochable.

De nouveaux outils pour piloter la galerie marchande

En 2012, le rachat de Rue du Commerce par Altarea Cogedim place la galerie marchande au centre de la stratégie de l'entreprise. Le groupe fait le constat d'une carence en outils de pilotage de l'activité et décide de rechercher une solution pour produire rapidement et simplement du reporting de qualité. « Nous fonctionnions avec des extractions standard qui exportaient les données vers Excel, explique Estelle Neveu, Chef de Projet Web Marketing, ce qui ne nous donnait pas la réactivité nécessaire ni la finesse d'analyse. »

Rue du Commerce est conscient de la complexité du projet : « l'activité de la galerie marchande nécessite des indicateurs particuliers, et les données à analyser sont issues de systèmes spécifiques, développés au cours du



et loisirs. En 2007, le site a étendu ses activités en ouvrant une galerie marchande qui fédère aujourd'hui des milliers de sites marchands. Rue du

En Bref

Rue du Commerce
Pionnier de l'e-commerce français

Secteur
Distribution

Fonctions
Commerce, Marketing, Logistique, Opérations

Défis

- Analyser en toute autonomie
- Gagner en réactivité face aux contraintes d'un marché changeant
- Calculer des indicateurs toutes les heures sur d'importants volumes de données.

Solution
Rue du Commerce a fait le choix de QlikView pour gagner en réactivité et accompagner la stratégie de l'entreprise. Les chefs de produits analysent maintenant en toute autonomie leurs indicateurs métiers pour affiner les offres et contrôler la qualité de service des vendeurs de la galerie marchande.

Bénéfices

- Réactivité et amélioration des performances du web marketing
- Richesse des indicateurs et facilité d'exploration des données
- Analyse rapide des écarts pour détecter les anomalies
- Facilité de prise en main par les nouveaux collaborateurs

Systèmes Sources
BDD : Microsoft SQL Server
Applications : spécifiques

Partenaire :
Ysance



temps par les services informatiques », explique Frédéric Garnier, Directeur de Projets BI.

Le groupe de projet sélectionne QlikView, qu'il découvre positionné parmi les meilleures solutions du marché par les grands cabinets d'analystes, et décide de réaliser un SIB (Seeing is Believing) en juillet 2011, avec la société Ysance, qui possède des compétences à la fois dans le domaine du décisionnel et dans celui de l'e-commerce. Ce test permet de valider les performances de QlikView et de s'assurer de sa facilité d'appropriation par les utilisateurs métiers.

Suivre la qualité de service des vendeurs

QlikView permet à Rue du Commerce d'analyser en profondeur les indicateurs commerciaux classiques (volumes, chiffre d'affaires, nombre de commandes, de références...) selon des axes tels que la catégorie de produits, la marque, le marché, etc. La première application développée permet également d'obtenir une vision affinée de l'activité de la galerie marchande. En tant qu'intermédiaire, il est primordial pour Rue du Commerce de surveiller la qualité de service des e-marchands, avec des indicateurs tels que le taux d'annulation, le nombre de lignes de commandes non expédiées et bien sûr le délai moyen d'expédition.

Assurer le niveau d'activité de la galerie marchande

Ces analyses sont aussi focalisées sur la qualité des offres des marchands. « Il

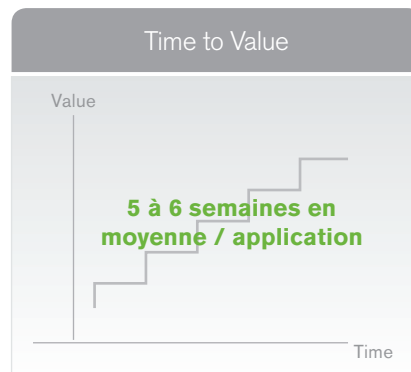
est important de suivre les tendances et de repérer les anomalies, vendeur par vendeur », explique Estelle Neveu. Un stock nul ou qui n'est pas au niveau auquel il devrait être, compte tenu des tendances de ventes, doit alerter tout de suite les chefs de produits. Rue du Commerce doit s'assurer que les marchands les plus performants sur certaines gammes de produits sont bien présents au moment des pics de ventes, pour être sûr que les clients trouveront une offre suffisante. Grâce à la souplesse de navigation dans les données de QlikView, faire apparaître les marchands absents sur une période et pour une catégorie de produits est possible en quelques clics. « QlikView nous permet d'équilibrer notre offre, pour ne pas être dépendants de certains marchands », explique Estelle Neveu.

Gérer de gros volumes avec les meilleures performances

Pour Rue du Commerce un des avantages de QlikView est sa rapidité de traitement des données, un point important compte tenu des volumes gérés par le site : plus de 4 millions d'offres sont actives, dans près de 5 000 catégories, et 40 millions de commandes clients sont conservées sur 3 années d'activité. Sans compter que pour assurer une réelle réactivité au marketing, les données sont rafraîchies toutes les heures.

Des projets dans tous les services de l'entreprise

Après la mise en place de QlikView pour la galerie marchande, Rue du



Commerce a développé avec Ysance une deuxième application pour l'activité de distribution classique du site. Rue du Commerce peut maintenant comparer les performances entre les deux activités.

Rue du Commerce apprécie la facilité de prise en main de QlikView par les utilisateurs métiers. « Les nouveaux collaborateurs sont opérationnels tout de suite car QlikView est très intuitif, » constate Frédéric Garnier. Compte tenu de la rapidité de développement de QlikView, de nouvelles applications sont livrées toutes les 6 semaines. Ce sont bientôt les opérations et le marketing qui pourront explorer leurs données avec QlikView, avant de le déployer à la régie publicitaire, puis aux services financiers.

« Grâce à QlikView, les utilisateurs peuvent réagir plus vite et mettre en ligne les meilleurs dispositifs pour assurer la performance du site. »

Frédéric Garnier, Directeur de Projets BI - Rue Du Commerce