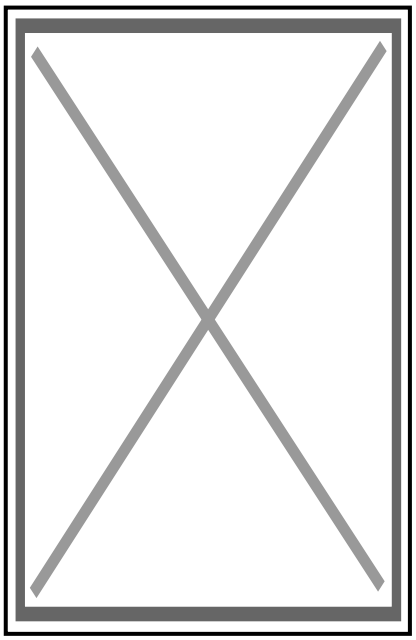
juillet 2017

SELL

Donner de l’intelligence aux données

Dans un mode numérique où toutes les données peuvent potentiellement être exploitées pour optimiser les process, leur organisation revêt une importance capitale, et souvent sous-estimée. A travers sa plate-forme SELL BASE de gestion de contenu, SELL donne à ses clients fournisseurs et distributeurs la possibilité de gérer au mieux leurs datas et d’améliorer leur efficacité commerciale.



?Aujourd’hui, à l’heure où il est incontournable d’impacter les clients par des outils commerciaux variés tels que les catalogues papier, les brochures, les fiches produits, le web, l’e-mailing, etc. les données produits qui se trouvent à l’origine de tous ces médias ont acquis une importance fondamentale. Traitées d’une façon globale, elles permettent en effet de mettre en place facilement une politique de promotion multi-supports. Bien sûr, encore faut-il que ces données soient gérées au sein d’une plate-forme conçue pour cette tâche et non disséminées dans l’entreprise au sein de bases diverses et incomplètes qu’il faut retravailler avant chaque exploitation. C’est ici que ce positionne SELL avec sa plate-forme SELL BASE, de gestion de contenu et de publication cross média, conçue pour que ses utilisateurs puissent gérer leurs données produits de la façon la plus efficace possible.

Des données exploitables pour toutes utilisations

Initiées dans les années 2000 pour les grosses entreprises et les sociétés spécialisées dans la vente à distance, ces plates-formes de données se démocratisent depuis une dizaine d’années et sont aujourd’hui accessibles aux PME. Concernant SELL, la cible de clientèle touche essentiellement l’univers des négoces spécialisés et fournitures industrielles, avec à la fois des fournisseurs, des distributeurs et des groupements, trois groupes dont les besoins se rejoignent par de nombreux aspects, ne serait-ce que par les relations qu’ils entretiennent entre eux.

Les distributeurs sont les plus demandeurs d’une plate-forme de données produits structurée. Ils reçoivent les données de leurs fournisseurs qu’ils traitent et rentrent dans leur base pour les exploiter ensuite au quotidien dans la vente et dans leurs actions commerciales. Les groupements travaillent sur le même principe à une échelle supérieure. Enfin, les fournisseurs doivent organiser leurs propres données issues de leurs différents systèmes d’information (méthode pour les normes, marketing pour le descriptif, communication pour les visuels…) pour les exploiter au niveau commercial et pouvoir les transmettre d’une façon ordonnée à leurs distributeurs.

Quelle que soit la cible, le principe de fonctionnement est identique et de fait SELL travaille avec un socle commun à tout le monde et réalise très peu de développement spécifique par client. Ce socle doit naturellement supporter les normes actuelles en termes de modèles de transferts de fichiers, tel celui fixé par Edoni pour la distribution quincaillerie et outillage, et d’autres possibles tels GS1, Amazon ou Fab-Dis…

Abritée dans le cloud avec des systèmes de sécurité redondants pour éviter toute déperdition, accessible depuis tout PC sans avoir à faire d’installation de logiciel, cette plate-forme collaborative peut être enrichie

sur ses différents aspects par plusieurs intervenants accrédités et formés par SELL. Le client gère ses datas en toute autonomie et responsabilité, avec la possibilité d'administrer plusieurs centaines de milliers de références ; sur la quarantaine de clients SELL, l'éventail du nombre d'articles varie du millier pour un fournisseur jusqu'à près de 400 000 pour un grand distributeur d'articles de quincaillerie.

Plate-forme de développement commercial

Aujourd'hui, la société SELL est en train d'évoluer pour aller au-delà du simple PIM – Gestion de l'Information Produit ou GIP en français – pour se positionner comme une plate-forme de développement commercial. L'idée est d'associer aux data produits des données clients afin de programmer des opérations commerciales optimisées. Ainsi, l'entreprise bénéficiant de ce service pourra dans un plan d'actions à long terme effectuer des adressages de documents print ou web sur des cibles spécifiques avec un message personnalisé afin de créer une relation commerciale. Ces communications pourront être réalisées par le client lui-même, une fois formé avec les outils SELL, ou prises en charge pour tout ou partie par SELL.

Avec cette nouvelle proposition, SELL propose désormais un service articulé en trois niveaux. Le premier est la mise en place d'un système de PIM avec des données vivantes, structurées et partagées qui permettent de gérer des données d'une façon efficace, de répondre aux sollicitations des distributeurs en termes de transfert d'informations produits si l'on est un fournisseur. Le second est de convertir ces datas en documents commerciaux print et digital optimisés à travers des extranets, Eshops, catalogues ou web to print – choix des produits selon leur impact, emplacement... Le troisième étage de la fusée est la planification d'actions personnalisées. Au final, une offre de prestations mise au service du développement commercial de ses partenaires.

FB

Des catalogues à la plate-forme de données

La société SELL a débuté son activité en 2005 en éditant des catalogues à travers des outils automatisés de transfert d'informations à partir de bases de données existantes. Face aux difficultés de traitement rencontrées, l'entreprise dirigée par Bruno Rambaud a construit à partir de 2010 sa propre plate-forme de gestion de contenu SELL BASE, sur laquelle elle a depuis investi 1,5 million d'euros. SELL se positionne depuis comme un éditeur de plate-forme de données, même s'il elle poursuit parallèlement son activité d'édition de catalogues papier ou numériques.