



Communiqué de presse

Roubaix, février 2016

Devred choisit Cylande pour l'accompagner dans sa mutation vers l'omnicanalité et la digitalisation de ses points de vente

Client historique de Cylande et spécialiste du prêt-à-porter masculin depuis plus d'un siècle, Devred souhaitait être accompagné d'un éditeur expert du retail pour mener à bien sa stratégie d'omnicanalité et de digitalisation de ses points de vente. Fort de 10 années de collaboration avec le groupe Cylande, Devred s'est naturellement tourné vers son partenaire de longue date pour engager ce nouveau virage stratégique.

La nécessaire révolution digitale de Devred

Créé en 1902 à Amiens, Devred compte aujourd'hui 303 magasins principalement répartis sur le territoire français avec un début de déploiement à l'international (Belgique, Algérie, Maroc, Pologne, La Réunion).

Conscient du changement des comportements d'achat et de la nécessité de passer à un mode multicanal pour proposer une expérience client complète, Devred avait déjà amorcé sa progression digitale en 2011 avec le lancement d'un site e-commerce marchand. Désireux d'aller plus loin et de proposer un parcours client sans couture avec un socle commun aux points de vente et au web, le tout à l'international, Devred a engagé Cylande sur ce projet d'envergure depuis plus d'un an et demi.

Une mutation en plusieurs étapes

Le choix de Cylande s'est imposé comme une évidence pour Devred, qui gère son réseau de distribution et ses boutiques grâce aux solutions Cylande depuis 10 ans.

En effet, l'adéquation fonctionnelle, le socle technique éprouvé et abouti, la stabilité des coûts de fonctionnement et l'approche évolutive du système d'informations global ont été les atouts forts de Cylande pour ce nouveau projet qui s'est fait en trois étapes clés.

Tout d'abord **l'intégration**, entre novembre 2014 et mars 2015, **de la solution United Retail de Cylande** qui confère à Devred une capacité à gérer dorénavant la commande web et magasin (la consultation des stocks en centrale, la livraison multi-modes, le suivi des réservations en cours en magasin, la recherche centralisée et multi-critères, les actions marketing à l'enlèvement, l'enlèvement partiel et inter-magasins des marchandises etc...)

Dans un second temps, **la migration du nouveau site e-commerce de Devred** vers cette nouvelle solution afin que la totalité des 303 magasins ait accès au nouveau site et à ces nouvelles fonctionnalités.

La dernière étape consistera en **la bascule de tout le CRM** qui aura lieu en juin 2016.

Quatre enjeux clés pour le groupe de prêt-à-porter

Pour Devred, ce projet sans précédent revêt quatre enjeux majeurs : **la mise en place d'un système d'informations multicanal** qui comprend la centralisation complète des données, l'uniformisation des processus et la mise à disposition d'une information unique et commune à tous les canaux ; **une dynamisation de l'image** en adéquation avec les nouvelles fonctionnalités du site ; **la valorisation de services différenciants** tels que le « click and reserve », le « click and collect », la « wish list », la personnalisation des articles ou encore la livraison des retouches à domicile ; **la digitalisation du point de vente** avec la mise en place notamment de la tablette vendeur comme véritable outil d'aide à la vente.

« La mise en place de cette nouvelle infrastructure omnicanale est pour nous une première étape. Ce « backbone » nous permet d'avoir une vision unique et temps réel de nos données clients et de l'ensemble de nos processus de vente. Sur cette base, nous devons continuer à enrichir ces processus tout en développant de nouveaux services à destination de nos clients. Il y a pour nous un enjeu fort à accompagner ce changement auprès des équipes de vente en magasin qui devront profiter de ces nouveaux modes de vente pour renforcer l'accueil, le conseil et la convivialité dans les magasins autour d'une approche qui sera émotionnellement connectée », conclut Bernard Lamour, Directeur Digital & Systèmes d'Information chez Devred.

« Nous sommes ravis que notre stratégie produit soit mise en exergue par une enseigne telle que Devred qui est convaincu de la nécessité d'offrir à ses clients la flexibilité qu'ils attendent désormais dans le choix du mode et du canal d'achat. Le fait que nous accompagnions Devred depuis une décennie nous a aidés à définir précisément l'orientation du projet (priorités, périmètre, budget...), tout en faisant le lien avec les projets annexes de la marque » déclare Philippe Thuillier, Ingénieur d'affaires chez Cylande.

A propos de Cylande

Principal éditeur de progiciels dédiés au retail, Cylande accompagne le développement des enseignes du commerce spécialisé et de la grande distribution en France et à l'étranger.

Les progiciels édités couvrent chaque étape de l'activité opérationnelle d'une enseigne : du référentiel à l'encaissement, en passant par la gestion commerciale, la supply-chain, la gestion tarifaire, le CRM, l'e-commerce, la mobilité, et surtout le business intelligence grâce à une offre Analytics permettant d'afficher en temps réel les données clés. Nativement omnicanales, les solutions Cylande permettent de gérer tous les modes de distribution (web, points de vente, VAD...), tous les formats d'enseigne (GSS, GSA, boutique, corner...) et tout type de réseau de distribution (intégré, franchise...).

150 clients, répartis dans 60 pays, font d'ores et déjà confiance à Cylande. Plus de 30,000 magasins et une centaine de centrales d'achat dans le monde utilisent ainsi quotidiennement les solutions Cylande.

Editeur français basé à Roubaix, Cylande dispose de 4 bureaux en France et de filiales en Espagne, Portugal, Pologne et Chine.

Plus d'informations sur www.cylande.com & www.retail-community.com

Contact presse

Pauline Boulfroy, Oxygen RP

pauline@oxygen-rp.com

03 74 02 02 55