

Guide du DSI pour  
choisir un logiciel adapté au  
marché de la bijouterie



# Guide du DSI

## pour choisir un logiciel adapté au marché de la bijouterie

Dans une industrie où la demande est en grande partie déterminée par les revenus dont disposent les consommateurs, les détaillants qui travaillent dans le domaine de la bijouterie se soucient plus que jamais d'assurer la croissance soutenue de leurs ventes. Étant donné que l'achat de leur matière première est conséquent et que leur style et qualité sont extrêmement variables, il peut être difficile pour les consommateurs de se faire une opinion. Pour cette raison, ils ont souvent besoin de discuter avec un professionnel avant d'effectuer leur achat. Les vendeurs doivent donc être en mesure de répondre aux

besoins uniques de chaque client, en restant concentré et efficace. De nos jours, les bijoutiers ont besoin de solutions omnicanal mobiles et dynamiques pour consulter rapidement les prix, les niveaux de stock ou les espaces privés.

Les solutions centralisées retail peuvent également être utilisées pour identifier les articles qui se déplacent et ceux qui restent au même endroit, ce qui permet aux bijoutiers de réapprovisionner les articles qui génèrent des bénéfices, tout en éliminant les articles à faible rotation. Cela permet de prendre de meilleures décisions d'achat et d'atteindre des marges plus élevées.

### Problèmes typiques liés à l'utilisation d'anciens systèmes pour la vente au détail de joaillerie

1. Les anciens systèmes ne sont pas à jour avec la norme PCI, l'EMV et les autres dispositifs de sécurité moderne, ce qui entraîne un risque supplémentaire de fraude.
2. La plupart du temps, les anciens systèmes ne fonctionnent pas sur les appareils mobiles récents comme les iPad, ou les tablettes Android.
4. Il peut y avoir des coûts supplémentaires pour l'intégration omnicanal.
5. Un service client de moins bonne qualité et des occasions de ventes croisées perdues à cause d'un manque de visibilité et d'analyses centralisées de l'inventaire.
6. Occasion d'améliorer le service d'un client perdu en raison de l'absence d'outils de clienteling intégrés.



# LES RETAILERS DE LA BIJOUTERIE PEUVENT BRILLER DE MILLE FEUX GRÂCE AU RETAIL OMNISCANAL

L'e-commerce représente une belle occasion pour les retailers du marché de la bijouterie de passer au numérique et aux vitrines virtuelles. Comme les consommateurs sont constamment en train d'évaluer leurs options et en train d'interagir avec les retailers à travers de nombreux canaux de distribution, il est essentiel que les bijouteries soient disponibles avec leurs clients, où qu'ils soient.

Aucun bijoutier ne devrait gérer des systèmes retail séparés lorsqu'ils décident de développer leur collection sur le web. Voici cinq aspects importants que les retailers du marché de la bijouterie devraient prendre en compte lorsqu'ils choisissent un nouveau logiciel retail pour répondre aux besoins actuels d'omniscanalarité.

## 1. Système de gestion des commandes (OMS)

Les retailers du marché de la bijouterie ont besoin d'un OMS (système de gestion de commandes) qui ne se contente pas de gérer séparément les commandes passées en magasin et en ligne. Si les retailers veulent vraiment intégrer leurs canaux de distribution en ligne, ils ont besoin d'un dépôt central pour l'inventaire et les commandes et d'un OMS qui soit en mesure d'exploiter leurs centres de traitement au sein de l'entreprise. De plus, les retailers du marché de la bijouterie ont besoin d'un système de gestion de commandes pour déplacer les stocks et livrer les produits aux consommateurs selon la méthode de livraison préférée.

## 2. Informations en temps réel

La précision qu'offrent les solutions retail en temps réel n'est pas seulement une valeur ajoutée pour l'entreprise mais aussi pour les vendeurs et les clients. Que les articles soient vendus en magasin ou qu'il y ait un réapprovisionnement des stocks, l'OMS devrait automatiquement alimenter les stocks.

Souvent, les consommateurs se rendent compte que l'article qu'ils essaient d'acheter en ligne est en rupture de stock. En mettant à jour les sites web, les retailers du marché de la bijouterie éviteront de perdre une vente en réduisant les abandons du panier en ligne. De plus si vous êtes un bijoutier qui offre plusieurs options de livraison, comme la réservation en ligne et le retrait en magasin, assurez-vous que les clients peuvent vérifier la disponibilité des stocks en magasin.

## 3. Gestion des ventes de bijoux

La plateforme e-commerce est au cœur de tous les canaux de distribution en ligne et est la composante d'un client virtuel dans son parcours d'achat. Que le client effectue un achat sur le web, sur une tablette, sur son téléphone mobile ou en magasin, tous les modes de transaction doivent être synchronisés entre les systèmes. Le profil du client doit être mis à jour avec les derniers achats effectués et la disponibilité des stocks devrait également

être mise à jour pour refléter la vente d'un article. Peu importe l'endroit où les ventes sont réalisées, les bijouteries ont besoin d'une visibilité unique sur leur stock et pouvoir accéder au profil du client à tout moment.

## 4. Implication du client

Que le client achète uniquement en magasin, ou à fois dans le magasin et en ligne, il est à part entière une personne unique et devrait être traité comme tel. Pour que les retailers spécialisés dans la marché de la bijouterie puissent offrir un service exceptionnel et personnalisé qu'attendent leurs clients, une vision précise sur le profil client est essentiel et n'est réalisable qu'une fois les données client de tous les points d'entrée (e-commerce, PDV, clienteling, analyses des réseaux sociaux) sont intégrées.

En vérifiant et unifiant l'engagement client en ligne et en magasin, les retailers auront une visibilité unique de l'historique des commandes clients, du comportement d'achat, des préférences, des listes de souhaits, et bien plus encore. Pour une utilisation optimale, ces données complètes devraient être intégrées à l'outil CRM du retailer et rendre ces informations utiles pour réaliser des campagnes plus ciblées et mesurables.

## 5. Systèmes intégrés

Au fur et à mesure que l'industrie du retail continue d'évoluer, les bijoutiers doivent être en mesure d'optimiser leur plan de croissance pour leurs entreprises comme les expansions géographiques, la création d'une nouvelle marque ou l'ajout d'un nouveau canal de distribution. Pour concrétiser ces plans, les retailers ont besoin d'un système performant et capable de s'adapter à des changements constants.

Avec les bons outils d'intégrations, les systèmes individuels n'ont pas besoin d'être pré-câblés ensemble. Les données du système du magasin, les systèmes externes et les points de vente orientés vers le client évoluent vers un emplacement unique permettant un accès aux informations centralisé et en temps réel à tout niveau dans l'entreprise.

Créer une plateforme unifiée réussie en réunissant le processus métier à travers le web et les emplacements physiques est à portée de main. Les bijoutiers qui maîtrisent les technologies de gestion de commandes et des données pour faire évoluer l'expérience client ont une rotation des stocks plus rapide et se préparent à une croissance future en vue de prospérer.

Une architecture centralisée est également un excellent avantage les retailers qui gèrent plusieurs emplacements, car cela leur permet d'obtenir une vision holistique de l'entreprise à partir de n'importe quel point de vente.



## LE TOP

# 5

### DES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES QUE LES RETAILERS DU MARCHÉ DE LA BIJOUTERIE ONT BESOIN POUR GÉRER L'EXPLOITATION DE LEURS PRODUITS

Chaque marché vertical est unique et le marché de la bijouterie ne fait pas exception à la règle. Non seulement les bijoutiers disposent d'un stock des plus belles pierres précieuses et des diamants fabriqués en or, en platine ou en argent, mais ils offrent également des services très spécialisés à leurs clients.

En tant que marché unique, les bijoutiers ont des processus d'affaires très particuliers et nécessitent donc de caractéristiques spécifiques à la bijouterie pour gérer leur système retail. Voici le top 5 des principales caractéristiques dont les retailers du marché de la bijouterie ont besoin pour gérer l'exploitation de leurs produits.

1

#### CRÉATION DE PRODUITS SPÉCIFIQUEMENT ADAPTÉS AU DOMAINE DE LA BIJOUTERIE

Chaque bijou est différent et possède ses propres caractéristiques, il est donc important que les retailers soient en mesure d'inclure ces détails lors de la création d'un produit dans leur solution de merchandising.

Une solution flexible permettra aux vendeurs d'ajouter des informations uniques à chaque bijou, incluant le type de métal, la pierre, le style et d'autres attributs, de même que des informations relatives à la garantie et aux certificats.

Être capable d'associer plusieurs images à un seul produit est une autre fonctionnalité indispensable, en particulier lorsque les images sont affichées dans des aperçus de produits détaillés, des écrans de recherche et même des rapports.

2

#### GESTION DES STOCKS EN SÉRIE

Si la gestion des stocks en série est un sujet de discussion populaire dans l'industrie du bijou de luxe, c'est parce que les bijoutiers vendent des produits onéreux et ont besoin de faire un suivi optimal de leur stock.

Un numéro de série peut être attribué au produit final (une bague) et à un composant d'un produit (un diamant). Le numéro de série est utilisé comme identifiant unique pour suivre les mouvements du produit dans l'environnement retail, de la réception aux transferts magasin, au placement dans des lieux de stockage et à la vente finale.

En tant que bijoutier, votre inventaire est votre plus grand atout et il n'y a rien de plus important que de savoir où se trouvent vos pierres précieuses à tout moment.

3

#### MOUVEMENT DE L'INVENTAIRE ET CONSIGNATION DES BIJOUX

En tant que bijoutier vous dépensez beaucoup d'argent dans la gestion des stocks. Il est donc de la plus haute importance que vous soyez en mesure d'identifier les articles actuellement en stock. Par ailleurs, les joailliers ont besoin d'un système leur permettant d'identifier les articles qui se vendent et ceux qui stagnent, afin de réapprovisionner plus efficacement les articles qui génèrent des bénéfices, tout en éliminant les stocks à rotation lente.

Par ailleurs, les retailers spécialisés dans le marché de la bijouterie doivent souvent gérer des articles consignés. Si le fournisseur a donné aux retailers des articles consignés, un système peut distinguer les bijoux consignés des stocks actifs. Dans le cas où les bijoux appartiennent aux retailers mais sont loués par le client, un système pouvant gérer et suivre ce processus est essentiel.

« La capacité de prendre en charge le numéro de série et le suivi des réparations pour les bijoux était un élément décisif dans notre choix de partenariat avec Mi9 Retail »

Todd Stafford,  
Vice-président des systèmes d'information, Fink's Jewelers

*Fink's*  
JEWELERS

4

## GESTION DES RÉPARATIONS ET DES SERVICES

Concernant les réparations de bijoux, beaucoup de fournisseurs prennent en charge les services de réparation traditionnels, comme les gravures, le redimensionnement des bagues, les réparations de montres, le nettoyage des bijoux, etc. Cependant, beaucoup de bijoutiers offrent également un autre type de service de réparation personnalisé (par exemple : remodeler une bague avec différentes pierres).

La fonctionnalité pour la gestion des produits nécessitant des ajustements ou de réparations, y compris la gestion des fournisseurs internes et externes qui prennent en charge les réparations, les reprises et la livraison, est cruciale pour les bijoutiers, ainsi qu'une visibilité en temps réel du statut de chaque réparation à chaque étape du processus.

Pour une utilisation optimale, le module de réparation devrait être intégré au PDV pour prendre en charge la vente et les réparations au moment de l'achat et contacter les clients aussitôt, pour qu'ils puissent effectuer le retrait de leurs articles.

5

## BUSINESS INTELLIGENCE POUR LA BIJOUTERIE

Les retailers de la bijouterie ont besoin des bons outils pour consulter les aperçus sur la performance et la santé de l'entreprise, incluant les ventes, l'inventaire, les clients et les fournisseurs. Les rapports pour le marché de la bijouterie, les tableaux de bord graphiques et les capacités de filtrage sont essentiels pour les bijoutiers qui cherchent à analyser les différentes dimensions de leurs entreprises. Un outil de Business Intelligence dédié à la bijouterie (et intégré à d'autres solutions comme le PDV, la gestion des stocks, les achats, etc.) permettra aux retailers de répondre aux questions les plus pertinentes, à savoir quels bijoux ont la plus grande rotation, quels fournisseurs sont les plus performants ou quels produits les clients les plus fidèles sont en train d'acheter.

Une solution de Business Intelligence en temps réel permet d'aider les bijoutiers à prendre des décisions stratégiques réfléchies et d'améliorer la satisfaction des clients, l'efficacité, la croissance et les bénéfices.

## LE CLIENTELING, L'OUTIL IDÉAL POUR BOOSTER LES VENTES DES RETAILERS SPÉCIALISÉS DANS LE MARCHÉ DE LA BIJOUTERIE



Acheter des bijoux est une expérience très personnelle et très souvent riche en émotions. Il est donc essentiel que les vendeurs créent un lien personnel avec leurs clients. Les vendeurs initient dans un premier temps le contact et grâce à l'utilisation des outils de clienteling adaptés, ces derniers ont le pouvoir de faire revenir leurs clients en magasin plusieurs fois.

### Fêtes et occasions spéciales

Les mariages sont des événements heureux, remplis d'amour et de promesses. Ils sont également une excellente raison pour acheter de nouveaux bijoux. Les achats des futurs mariés ne s'arrêtent pas à la bague de fiançailles et à l'alliance : les mariés échangent aussi des cadeaux pour leur fête de mariage et se font toutes sortes de surprises. Outre les bagues, les femmes convoitent les bijoux modernes, tandis que les hommes sont intéressés par les boutons de manchettes et les montres. Comment la clientèle peut-elle s'assurer qu'un bijoutier contrôle la plus grande part de marché ?

Lorsque des événements importants, tel que l'anniversaire de mariage sont enregistrés numériquement, des tâches peuvent être créées pour rappeler aux vendeurs en magasin de contacter les clients à l'approche du grand jour ou annuellement pour un rappel amical de leur anniversaire de mariage. Les mariages ne sont pas les seules dates importantes qui peuvent être enregistrées dans une solution de clienteling : l'arrivée d'un nouveau bébé, les anniversaires, les remises de diplôme, sont toutes de bonnes occasions pour fêter l'événement avec de nouveaux bijoux. De plus, le cadeau parfait peut toujours être proposé quand la solution de clienteling est utilisée dans le but d'enregistrer des articles coup de cœur dans les listes de souhaits.

### Apprendre à connaître les clients

La plupart des clients ont des préférences bien définies en termes de style, de métaux, de pierres et de stylistes qu'ils préfèrent. Oreilles percées ou non ? Allergie aux métaux ? Taille de la bague ? Il y a de nombreux éléments que les vendeurs doivent prendre en compte pour proposer des articles pertinents et appropriés. L'outil de clienteling est essentiel pour consulter les préférences et les données personnelles, mais aussi pour pouvoir les utiliser à tout moment. Qui était ce client qui cherchait un jonc semi-éternité en or rose la semaine dernière ?

Si les informations sont notées et ajoutées dans un appareil mobile sur le profil du client, elles peuvent facilement être récupérées à tout moment. Les solutions de clienteling peuvent également être utilisées pour enregistrer des notes à propos des clients. Pour un aperçu du style d'un client, une boîte à bijoux numérique contenant une galerie d'images d'articles, qu'il a précédemment achetés peut être un autre bon outil pour analyser le style personnel et proposer les articles additionnels adaptés.

### Rendez-vous client

Sélectionner un bijou ou un joyau qui deviendra une parure de tous les jours ou un héritage familial peut prendre du temps. Il est donc essentiel

que les clients ne prennent pas de décision à la hâte lors d'achats aussi conséquents. Utiliser un logiciel de clienteling pour prendre rendez-vous a autant d'avantages pour le client qu'il en a pour le vendeur, car ce dernier a la chance de proposer des rendez-vous lorsque le magasin est plus calme, et le client peut ainsi tirer profit d'un tête-à-tête avec son vendeur préféré. Grâce au clienteling, le vendeur a également la chance de se préparer en consultant le profil du client et en choisissant les articles qui pourraient potentiellement lui plaire, en tenant compte de leurs précédents achats et de leurs préférences.

### Atteindre ses objectifs

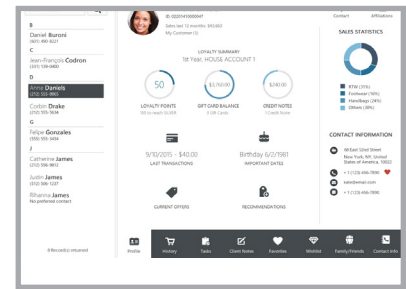
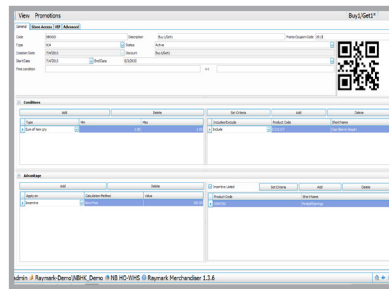
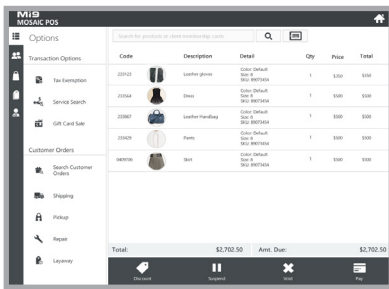
Les meilleurs vendeurs n'arrêtent pas leurs ventes simplement parce que leur client n'est plus présent dans le magasin. Il a été prouvé que les méthodes qu'utilisent les vendeurs pour communiquer avec leurs clients de façon très personnalisée permettent d'atteindre de meilleurs taux de conversion que les techniques traditionnelles de marketing de masse. Avec le clienteling, les rappels pour envoyer des messages aux clients peuvent être automatisés, notamment pour les anniversaires, les anniversaires de mariage ou l'envoi d'une lettre de remerciement après un achat important.

Des flux de production peuvent être utilisés pour effectuer des tâches en plusieurs étapes, par exemple, pour faire un suivi deux jours, trois semaines, et enfin deux mois après les premières recherches d'une bague de fiançailles. Une fois l'achat conséquent effectué, ce flux de production peut être complété et il est possible d'envisager d'en rédiger un nouveau cinq mois plus tard, pour proposer les alliances de mariage. L'outil de clienteling permet de créer des occasions de vente en or, mais peut aussi être utilisé pour demander automatiquement aux vendeurs d'envoyer des rappels, notamment pour ce qui est des dates annuelles, des nettoyages réguliers ou des articles réparés prêts à être retirés en magasin.

### Le modèle du succès

Les communications avec les clients ne demandent pas forcément beaucoup de travail. Que ce soit pour un courriel formel ou un SMS rapide, les modèles de clienteling numérique facilitent la création et l'expédition du message par le vendeur, tout en s'assurant que l'image de la marque et le style de l'entreprise soient respectés. Il s'agit donc d'une alliance parfaite, puisque le marketing permet de créer des messages contenant des informations pertinentes, tandis que les vendeurs peuvent aussi ajouter une touche personnelle qui permettra de rendre le message percutant. Vous voulez inviter les clients à une présentation de bijoux (un « truck show ») ou à un autre événement spécialisé en magasin ? Les télé scripts peuvent également permettre de vérifier que les vendeurs connaissent tous les détails avant de décrocher le téléphone.

# Les solutions bout en bout de Mi9 Retail pour les retailers de la bijouterie



## Point de vente

- Vente de produits en série
- Mises de côté et comptes clients
- Création de commandes et de produits personnalisés
- Ventes non marchandes (service, réparation)
- Impression de certificats, d'attestation de valeur pour les bijoux
- Retours avec ou sans ticket de caisse
- Changer le nom du vendeur par article pour partager les commissions
- Signature électronique sur iPad
- Reçus cadeaux ou reçus par email

## Merchandising & Opérations

- Gestion des réparations, comprenant le traitement et le suivi
- Définition des produits spécialement adaptés pour les bijoux, avec le métal, la pierre, le style et d'autres attributs
- Information concernant la garantie, les certificats et de nombreuses images de produits
- Suivi de l'inventaire par numéro de série à toutes les étapes de la vie du produit
- Gestion de la consignation avec reporting et facture financière
- Définition de la commission avec des règles configurables

## Clienteling

- Boîtes de bijoux virtuelles avec images et historiques des transactions
- Promotions, fidélité
- Notes et préférences (couleur des métaux, pierres, collections et bien plus)
- Messages (appel, lettre, e-mail, autre) avec des modèles et une automatisation des flux de production
- Listes de souhaits
- Événements (anniversaires, anniversaires de mariage, etc.)
- Statistiques
- Listes client (demandes)
- Prospection
- Sécurité renforcée pour les clients de renom

Le « Luxury Jewelers Resource Group » a choisi à l'unanimité la solution bout en bout de Mi9 Retail pour le point de vente (y compris la mobilité), le clienteling, le merchandising, le réapprovisionnement, la planification (OTB), les achats, les réparations, les rapports et les analyses. La solution a été sélectionnée pour sa capacité à s'adapter au domaine de la bijouterie ainsi qu'aux exigences spécifiques de LJRG.

La solution holistique en temps réel offre à chaque membre de LJRG une visibilité à 360 degrés de ses clients et de ses activités commerciales à travers tous les canaux de distribution. Grâce à la solution omnicanal intégrée, les membres de LJRG amélioreront l'efficacité de leur entreprise, en automatisant les processus liés à des domaines clés comme les commandes des clients et les réparations, l'accès aux données centralisé et la capacité à gérer et suivre les stocks dans les magasins et l'e-commerce.

Tim Claire,  
Chef de l'exploitation chez London Jewelers pour RIS News

**LONDON**  
JEWELERS<sup>®</sup> since 1926

---

Mi9 Retail, leader sur son marché, éditeur de progiciels de Merchandising, Business Intelligence, e-commerce et Customer-Centric pour le commerce spécialisé, permet aux retailers de renommée mondiale d'établir de solides relations personnalisées avec leurs clients, de traiter des volumes élevés de transactions en temps réel et d'optimiser la gestion des stocks de marchandises au sein de tous les canaux de distribution par l'utilisation d'une base de données unique. Doté des technologies de pointe, le progiciel minimise les coûts de possession et offre les meilleurs taux de rentabilité de l'industrie. Le siège social de la société est basé à Miami, en Floride, et dispose de bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site : [www.mi9retail.com](http://www.mi9retail.com)

#### Siège social

12000 Boulevard Biscayne, Suite 600  
Miami, FL 33181  
T. 786.577.3200 | [www.mi9retail.com](http://www.mi9retail.com)



Amérique du Nord | Europe | Asie pacifique