

TOUT va bien

Tod's a fait appel à **TESISQUARE**, une société informatique, pour gérer et contrôler les expéditions, de la commande à la livraison. À l'avenir, le système sera également étendu à la production, en intégrant les usines et les fournisseurs afin de garantir un approvisionnement et un assemblage sans heurts.

Des défis aux opportunités du numérique. L'empire Della Valle a choisi la **plateforme Tesisquare** pour sa stratégie omnicanale. La pandémie a mis en évidence l'importance de l'internalisation des activités, car ce processus **facilite le développement** d'économies d'échelle, ce qui permet aux entreprises d'être plus réactives aux changements de l'environnement macroéconomique. Ainsi, Tod's, dans le cadre d'un processus de numérisation entamé en 2010, a décidé de revoir son interface, en internalisant la gestion de son portail de commerce électronique, afin de rendre le parcours client **omnicanale** et **multi-points** de contact.

L'objectif est de garantir aux clients le même traitement, que ce soit en ligne ou hors ligne.

Pour gérer ce projet, Tod's a fait appel à la plateforme Tesisquare, une société d'informatique qui contrôlera les flux liés aux expéditions de la marque dans le monde entier. Puisque la marque a pour objectif de s'intéresser à de nombreux pays, il faut un site adapté aux différentes cultures, avec un ton de voix proche de tous les utilisateurs, et des processus logistiques pensés en fonction des réalités individuelles.

Le projet se concentre sur la visibilité B2C des expéditions de Tod's par le biais d'une plateforme de commerce électronique intégrée pour gérer l'ensemble du processus d'expédition et le suivi de l'expérience des clients grâce à l'intégration des transporteurs. La plateforme sélectionne le meilleur transporteur pour l'expédition, vérifie la livraison et gère la facture de manière dématérialisée pour le client. Le processus de retour est également surveillé et contrôlé par le logiciel Tesi Tms, qui communique les résultats sur Sap.

Plus précisément, le projet omnicanal pour la logistique consiste à mettre également à la disposition du client B2C les multiples sources de stock, c'est-à-dire non seulement les entrepôts dédiés à la vente en ligne, mais aussi ce que l'on appelle les stocks communs - les entrepôts de second rang et les disponibilités individuelles des boutiques dans le monde entier -, élargissant ainsi l'offre. Le **logiciel Tms de Tesi** choisit le meilleur transporteur en fonction des critères de service, du point de départ, de la destination et du tarif.

L'échange de données avec les **systèmes des transporteurs** permet de suivre toutes les étapes de l'expédition, de la commande à la livraison. Un contrôle et une intervention proactifs sont donc possibles, avec de grands avantages pour résoudre les problèmes les plus fréquents, tels que la gestion des **documents avec les douanes** dans les phases **d'importation et d'exportation ou les exceptions de stock** et de relivraison.

Les consommateurs sont de plus en **plus exigeants et attendent des marques** qu'elles comprennent parfaitement, voire anticipent, ce qu'ils veulent. Ils font des recherches en ligne et hors ligne. La capacité à répondre à leurs besoins **garantit des niveaux de satisfaction plus élevés** et renforce le lien entre le consommateur et la marque.

Ce **processus garantit également une plus grande flexibilité** dans la gestion des stocks de produits, qui sont répartis entre plusieurs canaux et à **l'échelle internationale**, ce qui permet un meilleur contrôle et une plus grande efficacité. Il vous permet de tester **différentes stratégies** sur divers canaux et pour ensuite appliquer les plus efficaces. Le numérique permet également de vivre des expériences et des interactions plus étroites avec la marque.

Dans un monde où les clients se déplacent de manière fluide, Tod's continue sur la voie qu'elle suit depuis des années en termes de stratégies numériques **omnicanales et centrées sur le client**. L'utilisateur peut entrer dans **l'univers de la marque** et connaître son ADN, ses valeurs, ses projets et ses produits, et même les personnaliser. Dans les magasins Tod's, les clients peuvent accéder à l'allée sans fin (produits disponibles sur le commerce électronique) et, inversement, les visiteurs du canal numérique Tod's peuvent également acheter des **produits disponibles dans le réseau de vente au détail**. Il est également possible de réserver un produit sur le site et de le retirer dans le magasin de votre choix, ou de prendre rendez-vous avec le personnel d'un magasin physique depuis le site. L'interaction avec l'entreprise se fait par chat, chat vidéo et messagerie.

L'objectif futur de Tod's, en collaboration avec la **plateforme Tesisquare**, est d'étendre le suivi aux phases de production, en intégrant les usines internes et les fournisseurs contractuels, en assurant une plus grande fluidité dans les processus d'approvisionnement et d'assemblage, en vue d'un contrôle total du processus logistique.

