



SUPPLY & STORE

# Store Identity

Réallocation de stock

Enseigne : Grain de Malice

## APPROCHE



Clustering des magasins sur une base multicritères (performance commerciale, clients, collections, concurrence, zone de chalandise...)



Identifier les critères discriminants de chaque cluster pour en définir un profil



Déploiement et mesure des use cases sur un ensemble de magasins pilotes

## CONTEXTE / OBJECTIF

Clustering des magasins pour :



Eviter les ruptures de stock



Adapter les quantités à implanter en fonction de la collection et des magasins



Exploiter le potentiel du e-commerce pour améliorer le taux d'écoulement des produits

## CHALLENGES

Principaux enjeux projet :



Confirmer/infirmier les "croyances"



Optimiser les collections des magasins "atypiques"



Identifier les use cases et leur déploiement

## BÉNÉFICES & RÉALISATIONS



Élargir le spectre d'étude des quantités d'implantation en fonction de nouveaux critères (degré de mode, profil clientes, zone de chalandise...)



Renforcer les stocks des magasins "fleurons" sur les produits "indispensables" quand le contexte concurrentiel est fort pour éviter les ruptures



Réallouer les stocks des produits "éphémères" en fonction de leur meilleur potentiel d'écoulement (y compris sur le e-commerce)

# +45k

Pièces écoulées

# -1 pt

ruptures

# 165

magasins

# 5

clusters

# 6

Data domains



Magasins



Produits



Clients



Zone  
chalandise



Concurrence



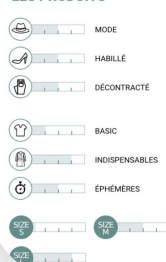
Stock

Temps projet  
**3 mois**

## LES VENTES

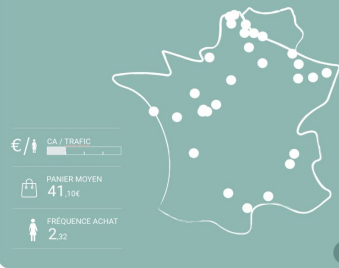


## LES PRODUITS



## Les fleurons

Magasin plutôt de centre commercial avec un fort potentiel de chiffre d'affaire. Il est situé dans une zone de chalandise moyenne mais avec un fort trafic et de la concurrence. La cliente est attirée par l'ensemble des typologie produits mais a une appétence plus forte que la moyenne sur les indispensables.



## LES MAGASINS

SURFACE DE VENTE 155 m<sup>2</sup>



ZONE DE CHALANDISE



ATTRACTIVITÉ



NIVEAU DE CONCURRENCE



TRAFIC



## LES CLIENTES

ÂGE 50 ANS

FIDÉLITÉ



TALX DE RECRUTEMENT



Technologies



David Baillier

Directeur Supply Chain  
Grain de Malice

“Store identity a permis à Grain de malice d'affiner son analyse sur son allocation de stock omnicanal en élargissant son spectre d'actions (en incluant les axes client, environnement magasin, en approfondissant nos réflexions sur les produits ...). Nous avons également confirmé certaines de nos convictions fortes au sein de l'entreprise, comme celle de mettre 100% de la largeur d'offre dans 100% du réseau.

Ce projet a été très important pour nous pour continuer à avancer !!”

