

Étude de cas :

Le contenu produit de Fender s'accorde avec Precisely EnterWorks

Aperçu

Depuis les débuts modestes dans les années 1940, jusqu'à l'icône de la culture d'aujourd'hui, Fender Musical Instruments Corporation touche désormais tous les musiciens du monde entier, des débutants et amateurs, jusqu'aux artistes et interprètes de renom. Fender satisfait ses clients à travers un réseau mondial de revendeurs, sous la forme de milliers de produits et de plus de 100 000 actifs numériques qui contribuent à donner vie à ses instruments et souvenirs musicaux. Fender s'est rendu compte qu'il était primordial de fournir un contenu de haute qualité sur les produits pour accompagner l'évolution du parcours d'achat de ses clients.

Le défi

Fender a dû faire face à de multiples de défis en raison d'un problème principal : la source principale d'information de l'entreprise reposait sur une base de données d'informations produits obsolète qui comportait une longue liste de limitations. Avec un si grand nombre de produits et d'attributs uniques dispersés sur les différents canaux, le manque de données cohérentes et de qualité représentait une source constante de frustration. Mais ce n'était pas tout. Depuis le début, Fender n'affichait que ses produits actuels sur ses catalogues et ses sites web. De ce fait, des sources autres que Fender ont commencé à regrouper des données, souvent incorrectes, sur des produits "hérités" abandonnés. Résultat : Fender n'était plus l'auteur des informations produit relatives à ses propres articles "hérités", ce qui détournait l'entreprise de son but premier de développer la fidélité à la marque.

Un changement s'imposait. Fender s'est donc fixé pour objectif d'élever le niveau de l'expérience "centrée sur le client", notamment en étendant sa présence en matière de commerce électronique. Pour atteindre cet objectif, l'entreprise avait besoin d'un système flexible et convivial pour maîtriser et gérer efficacement les informations et les actifs de l'ensemble de ses produits, marques et clients. D'autres variables ont ajouté à la complexité, notamment des besoins différents sur les catalogues, les grilles tarifaires, les sites web et les annonces de lancement de produits. En outre, le système choisi devrait être en mesure de gérer les exigences internationales, y compris les produits propres à un pays, les traductions et les systèmes back office. Pour ajouter à l'urgence, Fender devait faire face à un délai de mise en œuvre très court. Bien qu'il s'agisse d'un défi de taille, l'équipe de Fender était prête à renforcer sa présence mondiale grâce à la technologie de gestion des informations produits (PIM).

Client

Fender Musical Instruments Corporation

Secteur

Fabrication

Solution

Precisely EnterWorks

Points forts de la solution

- Le déploiement Cloud en 30 jours
- L'intégrations de multiples systèmes, y compris les systèmes de commerce/force de vente et de gestion de la demande
- Un déploiement global dans plus de 20 pays
- Un workflow de gestion des données de l'entreprise
- Une syndication vers les détaillants/ revendeurs
- De nouveaux canaux numériques avec l'approche centrée sur le client
- Les fonctions publication avec Adobe® InDesign pour l'impression automatique des catalogues de prix
- La gestion de plus de 100 000 actifs numériques avec EnterWorks Digital Asset Management (DAM)

Résultats

- Les indicateurs clés d'état de la solution PIM permettent d'automatiser et d'accélérer les lancements de produits.
- La conception de la diffusion centralisée des images et des données réduit les délais de mise sur le marché.
- La conception flexible permet à Fender d'enrichir les données et le contenu en permanence, tandis que les chefs de produits approuvés peuvent modifier des modèles de données eux-mêmes.
- Des indicateurs automatisés permettent d'archiver les anciens produits en ligne, tandis que les termes de recherche et la fonctionnalité de redirection guident les consommateurs vers les produits actifs et augmentent les ventes directes.
- L'équipe créative utilise les données de base sur les produits issues de la solution PIM, pour élaborer des campagnes de marketing cohérentes, des publicités, etc.

La solution

Fender avait besoin de faire évoluer le contenu de ses nouveaux produits et a donc mis en œuvre la solution Precisely EnterWorks PIM et Master Data Management (MDM). Grâce à un déploiement rapide, Fender disposait d'une solution opérationnelle en quelques semaines seulement. Le système EnterWorks PIM/MDM fournit à Fender une "vue unique" pour gérer les données de base sur les produits, les graphismes, les documents de service/garantie, les règles d'affichage des produits, les paquets de lancement des produits, les grilles tarifaires, les informations sur la conformité des produits, et syndique ce contenu vers les plateformes mondiales de commerce électronique B2B et B2C.

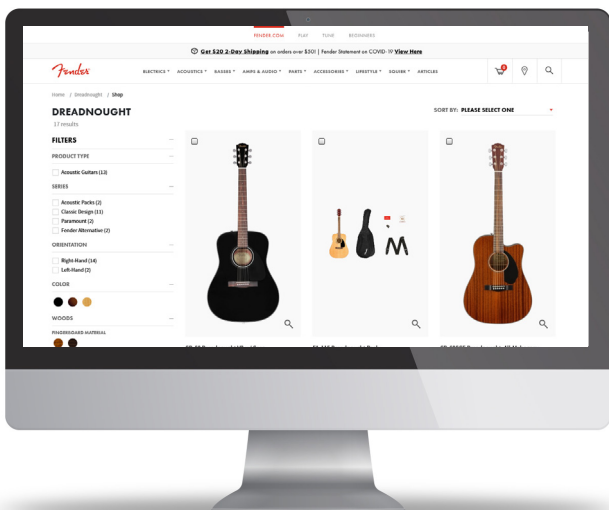
Fender a découvert qu'EnterWorks se démarquait de la concurrence en offrant l'interface utilisateur la plus souple et la plus facile à utiliser, sans aucun problème technique. EnterWorks a mis la main à la pâte, en écoutant attentivement et en cherchant à obtenir des informations afin de procéder à des ajustements rapides si nécessaire. La solution obtenue est flexible et puissante ; elle fournit la qualité de données précise nécessaire à Fender, et une mise en œuvre rapide à adopter par des centaines d'utilisateurs.

Une nouvelle stratégie de contenu

La clé de la mise en œuvre de Fender a été la capacité d'EnterWorks à intégrer PIM au framework Demandware destiné aux détaillants et à son site de commerce électronique existant. EnterWorks PIM associé à Demandware garantit aux équipes marketing et de commercialisation de Fender la possibilité de diffuser des messages ciblés, tout au long de la vie de ses produits.

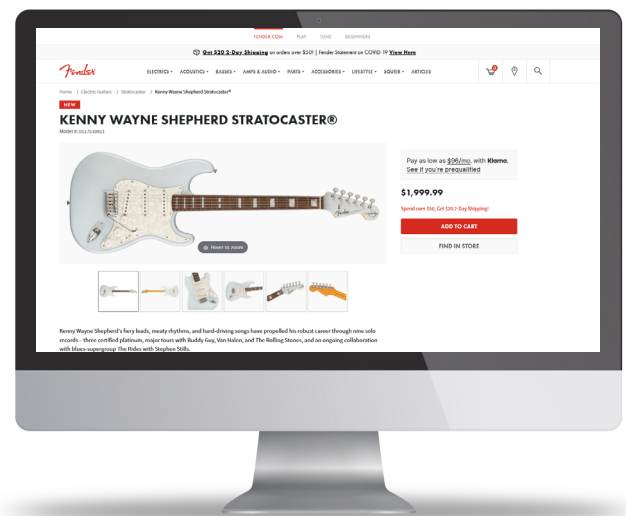
Grâce à la solution PIM, Fender est désormais en mesure de configurer l'installation pour contrôler les dates de lancement, les indicateurs de produits commercialisables, ainsi que d'autres indicateurs d'état des produits, afin de faciliter l'automatisation des lancements des produits Fender.

De nouvelles capacités reposant sur la diffusion des images et données centralisées écourtent le délai de mise



sur le marché, ce qui permet à Fender de fournir à ses consommateurs plus de données, en temps opportun.

En outre, la flexibilité de la conception des spécifications et d'autres fonctions de l'ensemble EnterWorks PIM et Demandware permet à Fender d'enrichir, en permanence, ses données et son contenu, sans affecter la conception de base d'un système quelconque. Les responsables de la commercialisation ont la possibilité de créer des pages contenant des grilles/caractéristiques, sans devoir développer des solutions impliquant du code d'une grande complexité. Fender peut désormais guider les consommateurs vers les produits actifs et augmenter ses ventes directes, grâce à la double connaissance des termes de recherche appropriés et de la fonction de redirection dans le cadre de Demandware.



Afin de traiter efficacement les anciens produits, EnterWorks PIM comprend une fonction automatisée qui supprime l'indicateur "vendable" d'un produit lorsqu'il atteint la fin de sa durée de vie. Ainsi, le produit est toujours affiché sur le site du consommateur pour un temps déterminé, avant de passer à l'état "archivé".

Dans l'ensemble, Fender tire profit de la combinaison des fonctionnalités de Demandware et des meilleures pratiques de gouvernance des données et de leur diffusion via EnterWorks PIM pour accélérer la commercialisation et garantir des informations détaillées et enrichies sur les produits phares. En fin de compte, l'intégration crée une solution robuste pour soutenir Fender alors qu'il crée une structure mondiale et se concentre sur son expansion.

"Fender voulait s'adresser à un public encore plus large, alors nous avons choisi EnterWorks."

Michael Spandau
DSI et SVP Global IT, Fender

Les résultats

Grâce à la solution EnterWorks PIM/MDM, Fender communique aux musiciens du monde entier les informations les plus précises et les plus complètes sur les produits, quels qu'ils soient, la manière et l'endroit où ils y accèdent.

La solution PIM permet à Fender de concentrer tout le contenu pour enrichir l'expérience du consommateur tout au long du cycle de vie du produit. Depuis son déploiement, EnterWorks PIM est devenu la collection de données produit la plus complète de l'histoire de Fender.

La différence Precisely EnterWorks

Precisely EnterWorks est aujourd'hui la solution de MDM multi-domain et de PIM la plus puissante du marché, offrant la vue unique dont les entreprises ont besoin pour acquérir, gérer, synchroniser et syndiquer toutes leurs données et informations produit.

Des outils intégrés parmi les meilleurs, dont le portail de vente, la publication avec Adobe® InDesign, un moteur de workflow automatisé, la syndication et la gestion des ressources numériques, ont fait d'EnterWorks une solution reconnue par les analystes et les clients. Nous sommes distingués par des sociétés telles que Gartner® et Forrester®, qui reconnaissent nos fonctionnalités avancées et se font l'écho de scores de satisfaction et de fidélité des clients parmi les plus élevés du secteur.

EnterWorks s'appuie sur une équipe d'experts de l'industrie forts d'une capacité d'innovation hors pair, notamment dans le déploiement sur le Cloud. Résolument innovant, EnterWorks est aussi à la pointe des nouvelles technologies en matière d'intelligence artificielle (IA), de réalité augmentée, d'apprentissage automatique, etc.

Pourquoi choisir EnterWorks PIM?

- Une technologie Agile Data Fabric™ souple et révolutionnaire pour tisser entre eux des domaines de données
- Une plateforme conviviale d'appropriation facile par les utilisateurs, aucun codage requis
- L'hébergement en Cloud privé SaaS, votre Cloud privé, sur site ou hybride
- Des licences perpétuelles, à durée déterminée et SaaS
- Un coût total de propriété le plus compétitif
- Les plus hauts niveaux de satisfaction clients (Gartner® et Forrester®)
- Les temps de mise en service les plus rapides de l'industrie

“La conception d'EnterWorks PIM, associée au framework et à l'intégration de Demandware, nous a permis de centraliser nos messages, de nous concentrer sur les données de référencement et de mieux comprendre les habitudes de nos consommateurs dans le monde entier.”