



# MISTERGOODDEAL

## Offrir un maximum de services

44

**Spécialisé dans la distribution aux particuliers de biens d'équipement pour la maison, le e-commerçant Mistergooddeal poursuit la professionnalisation de sa Supply Chain en lançant de multiples projets pour offrir toujours plus de services à la carte à ses clients.**

C'est une de ces belles réussites comme on les aime. Fondée en 2000, Mistergooddeal se lance dans le déstockage de produits sur la toile pour évoluer rapidement vers la vente de biens d'équipement de grandes marques. En 2005, Mistergooddeal change encore de cap en ne proposant plus que des produits neufs. Elle entre aussi dans le giron du Groupe M6, dont la vente à distance est une activité historique, via la célèbre émission matinale du téléachat, puis M6 Boutique et enfin la chaîne française dédiée du même nom. C'est sous le nom de Ventadis que sont regroupées en 2008 les deux marques Mistergooddeal et Home



L'entrepôt Mistergooddeal de 25.000 m<sup>2</sup> à Chilly Mazarin propose un service de vente à emporter.

©Groupe M6

Shopping Service (HSS), traduisant ainsi la volonté du groupe de mutualiser des savoir-faire complémentaires (commerce en ligne et vente par vidéo) sous une même enseigne de biens d'équipements pour la maison et la personne. Employant près de 350 personnes, Ventadis réalise un CA d'environ 270 M€.

### Vers plus de professionnalisation de la Supply Chain

Parti de zéro en 2001, Mistergooddeal détient aujourd'hui 30 % du marché de la vente de gros électroménager sur Internet. Et sa

logistique a évolué au fur et à mesure de sa croissance. « *C'est sous une tente qu'a démarré Mistergooddeal*, relate Emmanuel Kowalski, Responsable projet de l'équipe logistique, arrivé en 2002 dans la société. *Puis, nous avons investi un entrepôt plus grand, de 2.000 m<sup>2</sup> à Palaiseau en 2002. Nous nous sommes étendus progressivement dans la zone industrielle jusqu'en 2005, où nous avons loué deux cellules de 8.000 m<sup>2</sup> à Chilly Mazarin, jusqu'à occuper l'ensemble du bâtiment de 25.000 m<sup>2</sup>. Depuis, nous louons aussi d'autres surfaces à Rouen (76) et Villabé (91), soit près de 30.000 m<sup>2</sup> en tout.* ». C'est pour professionnaliser sa logistique et avoir une meilleure maîtrise de ses services et de ses opérations que Ventadis a créé une Direction de la Supply Chain il y a un an. Confiée à Patrick Labarre, cette direction compte près de 150 personnes dont trois à la Qualité opérationnelle (mise en place de la certification ISO 9001, coordination des enquêtes avec les prestataires, appels mystères au SAV, commandes tests, pilotage des niveaux de services, etc.) ; 90 au Service clients ; 14 à la Logistique, 37 pour gérer une quinzaine de Points d'enlèvement en propre en cours de développement plus une personne à la Cellule projets transverses. Fort de cette large équipe et de ses compétences, Mistergooddeal est en train d'internaliser l'entrepôt de Chilly Mazarin, presté par Wincanton. Cette décision devrait être opérationnelle au 1<sup>er</sup> février 2010. « *C'est une décision stratégique, il n'y aura pas de retour en arrière. Nous devons aller vers la professionnalisation et l'optimisation pour développer notre chiffre d'affaires* », martèle Patrick Labarre.



©Christophe Geraï-Ventadis

**Patrick Labarre,**  
 Directeur Supply Chain de Ventadis, vente à distance, Groupe M6

relation client gère quant à elle 500.000 contacts par an. Le service SAV, qui est déjà très performante (1'30 pour prendre les appels en moyenne, 90 % des appels pris), a entamé une démarche de certification ISO 9001 version 2009 pour entrer dans une dynamique d'amélioration continue. « *Nous voulons boucler la boucle et créer de la valeur en corrigeant les imperfections* », explique le Directeur Supply Chain de Ventadis. Et d'ajouter : « *Les marges d'un distributeur de produits d'équipement de la maison ne sont pas très élevées, il est donc essentiel d'optimiser la logistique. Nous avons donc commencé par la maîtrise des coûts (un gros travail d'optimisation de l'achat et de l'organisation du transport a été effectué), mais ce n'est pas là que se situe la création de valeur pour demain.* » Cette création de valeur ne se situera pas non plus vraisemblablement dans les synergies entre la logistique du téléachat (le double de commandes sur 10.000 références produits de petite taille et à forte valeur), étant donné les fortes disparités avec celle de Mistergooddeal. Difficile en effet de livrer ensemble et à moindre frais des cordes de guitares et un réfrigérateur américain !

Silence, on tourne ! Grâce à l'expertise des équipes du téléachat, Mistergooddeal a enrichi son site Internet de 400 vidéos de démonstrations produits en 2008.

### Services à la carte

« *Nous sommes en développement parce que nous sommes axés sur le service*, souligne Patrick Labarre. *C'est un élément différenciant.*

### C'est du lourd !

Electroménager, mobilier et produits high tech... 900.000 commandes sont passées par an à Mistergooddeal (avec un objectif d'un million par an). 60 tonnes de marchandises entrent chaque jour dans ses entrepôts qui stockent environ 150.000 produits. Sachant que la durée de vie moyenne des articles d'électroménager est de l'ordre de six mois, d'où de fortes rotations. La



©DR



Mistergooddeal et M6 Boutique, les deux marques phares de Ventadis.

» Et qui n'a pas fini de l'être à en juger par les nombreux projets menés et à venir. Ainsi, un client qui passe commande d'un produit électroménager sur [Mistergooddeal.com](http://Mistergooddeal.com) peut choisir de se faire livrer à domicile (65€ facturé pour un coût réel de 100 € environ), avec un service d'installation branchement et reprise de l'ancien appareil qui sera bientôt offert ; de se faire livrer au pied de son immeuble ou de sa maison (offre économique à 30/35 €) ou encore, moyennant 3€, d'aller enlever lui-même son produit à l'entrepôt de Chilly Mazarin ou dans l'un des points du réseau en propre que Mistergooddeal est en train de déployer. « *C'est un service qui séduit de nombreux consommateurs car il est très économique et très rapide*, commente Patrick Labarre. *Dans 90 % des cas, le lendemain matin à 10 h 30, le produit est disponible à l'enlèvement. Il l'est même immédiatement à Chilly Mazarin. Les clients étant prévenus par SMS.* » De plus, pour les petits colis, Mistergooddeal s'appuie sur les points relais Kiala. « *C'est pour ce service que les clients nous décernent la meilleure note* », indique le Directeur Supply Chain. Sur le plan du paiement, le service Paypal est aussi proposé, avec utilisation possible de la carte American Express. Les clients peuvent revenir sur leur acte d'achat jusqu'à 14 jours (contre les 7 réglementaires) et se faire rembourser, les frais de retour étant à leur charge en cas de dédit et à celle de Mistergooddeal, en cas d'erreur.

En 2010, le e-commerçant va poursuivre le déploiement de ses points de vente à emporter en propre ou partenaires. Il va proposer de nouveaux services comme la livraison le soir en zone urbaine via Colizen.

L'installation de l'équipement sera proposée en standard. Les livraisons express seront possibles pour l'Ile-de-France et les grosses agglomérations. De nouvelles garanties et assurances seront envisagées... « *Nous voulons offrir le plus grand choix aux clients en termes de services associés. Sur ce plan, les possibilités d'amélioration sont inépuisables. Un service à moindre coût pouvant avoir une très grande valeur ajoutée*, insiste Patrick Labarre,

en pensant aux points relais par rapport à la livraison à domicile. *Plus de service ne signifie pas nécessairement plus de coûts.* »

## Un EGO évolutif

Tout ceci ne serait pas possible sans des systèmes d'information performants. « *Nous ne vendons que des produits disponibles en stock, d'où l'importance de leur justesse* », relève Patrick Labarre. Au niveau de la gestion d'entrepôt, c'est Nicolas Berloty, fondateur de Mistergooddeal, aujourd'hui parti vers d'autres horizons, qui a contractualisé avec Yvon Lerat de Sitaci pour implanter le logiciel EGO. Ce dernier a été mis progressivement en place sur tous les sites via serveur Citrix, d'où une certaine facilité de déploiement par rapport aux pics d'activités et aux débords. EGO s'est aussi enrichi, au fil du temps, de nombreux développements spécifiques. Par exemple, la vente à emporter nécessite une préparation anticipée des commandes. En effet, si le point d'enlèvement est Chilly Mazarin, parce que le plus proche du client, et que ce dernier commande un PC Portable, stocké à Rouen, EGO doit anticiper le transfert depuis Rouen et affecter ce PC Portable au client dès son entrée en stock sur Chilly Mazarin. De même, l'ordonnancement des préparations s'effectue en fonction des rendez-vous et des modes de transport (points relais Kiala, La Poste, etc.). EGO gère aussi le cross-docking colisé dans le cadre de ventes événementielles. La réception s'effectue article par article et en cas de commande multi articles, un casier permet une mise en attente jusqu'à ce que la commande soit com-

Suite page 48



©DR

Mistergooddeal a été élu « Meilleur service client » de l'année (IFOP - Viséo Conseil - catégorie Vente à distance de produits techniques).

Suite de la page 46

plète. Ce principe facilite aussi le regroupement des produits (ex : appareil photo + carte mémoire). Par ailleurs, pour le mobilier multi colis (ex : cuisines), EGO gère des nomenclatures pour les préparations de commandes. « EGO a apporté beaucoup de flexibilité à Mistergooddeal, comme par exemple de nouveaux indicateurs de taux de service pour aller toujours plus loin dans la mesure et l'amélioration, complète Emmanuel Kowalski. La force de Sitaci est la modularité du produit et de son périmètre que l'on peut faire évoluer par rapport à l'entrepôt et à ses modes de fonctionnement. »

48

## De gros chantiers informatiques

« Nous avons des investissements importants prévus en logistique en 2010, lance Patrick Labarre. Pour le site de Chilly, nous voulons améliorer encore l'accueil des clients aux

**Emmanuel Kowalski,**  
Responsable  
Projets Logistiques,  
Ventadis



©DR

points de retrait, optimiser les flux pour servir plus de commandes, plus rapidement et passer à la dernière version d'EGO ainsi que probablement à la radiofréquence. » Un projet TMS (Transportation Management System) pour maîtriser l'enjeu économique du transport est aussi prévu (gestion des transporteurs, étiquetage, EDI, plan de transport optimisé, etc.). Mais plus loin, l'idée serait aussi « par rapport à l'interrogation d'une base de données transport de dire au client lorsqu'il commande quel est le moyen de livraison le plus rapide, le plus économique ou le plus écologique en fonction de règles de faisabilité et de priorités commerciales. Ainsi, plutôt que d'avoir une liste de 20 transporteurs sans éléments de choix, ce client pourrait en sélectionner un en connaissance de cause », révèle le Directeur Supply Chain. Il envisage également de développer le cross-docking ou les livraisons directes fournisseurs mais toujours avec le même niveau de service par rapport aux clients. « Nous signons des chartes avec nos partenaires, mais nous y allons avec beaucoup de prudence, sur des fournisseurs sélectionnés, mesurés, testés, notés... », tempère Patrick Labarre.

Côté ERP, Mistergooddeal a adopté Adonix d'HSS lors de la fusion des deux enseignes. Mais les besoins ont été recensés en vue d'un appel d'offre début 2010 pour une mise en œuvre courant 2010/2011. Quoiqu'il en soit, l'éditeur d'ERP retenu devra être suffisamment flexible pour supporter les nombreuses idées de nouveaux services à valeur ajoutée que ne manquera pas d'avoir l'équipe de Mistergooddeal !

**Cathy Polge**