

Comment se démarquer par la numérisation ? Avec un configurateur de produits

28 février 2022, 01:00

Pascal Pollet

L’impact des projets de numérisation sur les résultats d’exploitation varie fortement, il importe donc d’effectuer les bons choix. Dans cet article, nous abordons l’outil numérique ayant sans doute le plus gros impact imaginable sur les processus opérationnels : le configurateur de produits.

La numérisation des processus de bureau offre un certain potentiel pour améliorer fortement les résultats d’exploitation. Les activités de bureau sont généralement responsables d’un tiers, voire la moitié, des délais d’exécution, et d’environ un quart des dépenses. Les employés de bureau sont le premier point de contact du client et déterminent largement la réussite commerciale. Les processus de bureau sont par définition des processus de traitement d’informations et sont donc par nature bien adaptés à la numérisation. Les configurateurs de produits sont souvent le chaînon manquant pour libérer tout le potentiel de la numérisation.

Les configurateurs de produits assurent plusieurs tâches : ils accompagnent le client dans son choix, génèrent des devis et automatisent le traitement des commandes. Le couplage du configurateur de produits aux systèmes de back-office permet également de générer automatiquement des dessins et des préparations de travaux. Dans l’idéal, une commande entrante est traitée de façon entièrement automatique et l’opérateur en atelier voit les données de la commande, les listes de pièces, les dessins et les préparations de travaux s’afficher

automatiquement sans aucune intervention humaine.

Outre la réduction des coûts grâce à l'automatisation du travail, les configurateurs offrent encore bien d'autres avantages :

- Les configurateurs évitent les configurations impossibles et les informations manquantes, ce qui évite les communications chronophages et les plaintes relatives à la qualité. De ce fait, les devis sont aussi plus précis et la fixation des prix est moins exposée aux erreurs.
- Les délais d'exécution pour l'établissement des devis et le traitement des commandes peuvent baisser de façon spectaculaire et passer parfois de quelques jours à quelques minutes. Outre l'évitement des échanges incessants suite à des informations erronées, deux autres facteurs contribuent encore à cette amélioration. Les vendeurs inexpérimentés et les distributeurs ont souvent tendance à créer des « commandes spéciales » inutiles parce qu'ils n'ont pas une bonne vue d'ensemble de l'offre étendue. Une meilleure structuration de l'offre permet de diriger plus facilement le client vers une solution existante. En outre, l'automatisation libère du temps pour traiter les « véritables » commandes spéciales.
- Le chiffre d'affaires peut augmenter grâce à une meilleure expérience client (réactions plus rapides, visualisation de la gamme,…) et à un plus grand périmètre de vente lors de la mise en ligne de configurateurs.
- Les configurateurs peuvent faire grimper le chiffre d'affaires comme des vendeurs expérimentés en suggérant aussi au client des produits complémentaires (cross-selling) ou des alternatives plus chères (upselling).

Des études confirment que les configurateurs de produits ont un très gros potentiel pour améliorer les résultats d'exploitation, avec même dans certains cas un retour sur investissement de 800 pour cent. Des analyses démontrent aussi que l'impact dépend fortement de l'entreprise et que des projets de configurateurs peuvent aussi échouer. Une étude conclut même que 29 pour cent des configurateurs sont supprimés au bout d'une année.

Les échecs de certains projets de configurateurs sont dus à diverses raisons : la portée du projet était trop vaste, le configurateur n'a pas été accepté par les utilisateurs, le logiciel choisi pour le configurateur n'était pas satisfaisant, les frais de développement se sont envolés, le configurateur ne bénéficiait pas d'une bonne maintenance,… Les configurateurs de produits peuvent aussi générer des réticences du fait que l'automatisation est perçue comme une menace pour l'emploi. Une étude montre que ces craintes sont en grande partie injustifiées. La création d'un configurateur ne conduit à une réduction d'effectifs que dans 6 pour cent des cas. On retiendra plutôt que dans 63 pour cent des entreprises, la mise en place d'un configurateur a entraîné de nouveaux recrutements.

Une vision stratégique : la condition de la réussite

Les configurateurs de produits peuvent être utilisés pour améliorer les processus de vente et de traitement de commandes d'une gamme existante, ou ils peuvent s'intégrer dans une stratégie de customisation de masse, dans laquelle la gamme est volontairement élargie pour attirer plus de clients. Dans les deux cas, la stratégie en matière de produits doit être mûrement réfléchie pour éviter tout échec. Le product manager, l'architecte de la gamme de produits, joue ici un rôle central. C'est un rôle qui manque dans beaucoup d'entreprises. De ce fait, des décisions importantes sont prises au hasard et mal argumentées par le prétexte classique « c'est le client qui le demande ». Ce n'est pas parce que le client demande quelque chose qu'il en a vraiment besoin. Ainsi avons-nous vu récemment un fabricant de camions-citernes qui avait amélioré les trappes de

fermeture. Les clients ont continué à demander les anciens modèles, ce qui a contraint le fabricant à produire à la fois les anciennes et les nouvelles trappes. En réalité, les clients étaient quelque peu dépassés par la complexité de la gamme de produits. Par facilité, ils souhaitaient avoir une copie de leur précédent camion-citerne, ce qui était mal interprété comme “les clients veulent toujours les anciens modèles”.

Un projet de configuration n’est pas un exercice unique mais a un impact permanent sur l’entreprise. L’évolution vers un environnement configure-to-order suppose que les éléments du produit soient largement utilisables sur une plus longue période et puissent parfaitement se combiner. Pour pouvoir cueillir durablement les fruits d’un projet de configurateur de produits, il est donc essentiel de développer au préalable une vision précise. Autrement, les projets de configurateur risquent de chavirer en raison de la complexité ou bien le configurateur s’avère ingérable à long terme. Pour aboutir à une vision claire, il faut notamment répondre aux questions suivantes : Quels degrés de liberté et quelles options sont vraiment importants pour le client ? Quelles options vaut-il mieux laisser tomber ? Où tracer la ligne entre un produit configurable et une commande spéciale ? Dans quelle mesure voulons-nous encore autoriser des commandes spéciales non configurables ?

Priorité à l’utilisateur

Un configurateur de produits doit susciter la confiance chez le client et réduire les risques perçus au moment de l’achat. Dans cette optique, la convivialité du configurateur est essentielle. Les éléments suivants peuvent y contribuer :

- La **visualisation** augmente la confiance du client dans le produit configuré et peut faire augmenter le taux de conversion de 10 à 50 pour cent. Les possibilités graphiques des configurateurs varient fortement et déterminent aussi dans une large mesure le coût du concept. La visualisation peut aller de simples illustrations 2D retouchées à des reproductions photoréalistes en 3D qui sont affichées en réalité augmentée. Par exemple, le configurateur du fabricant de vélos belge Ridley Bikes permet avec un smartphone de projeter le cadre de vélo configuré dans un environnement familier et de déplacer l’image.



Réalité augmentée dans le configurateur de Ridley
(Source : Ridley Bikes)

- La **tarification dynamique** permet aux clients de voir immédiatement l’impact de leurs choix sur le prix, ce qui évite les mauvaises surprises à la fin du processus de configuration.
- Proposer des **points de départ pour la configuration** en suggérant des valeurs par défaut facilite les sélections et réduit le stress du client au moment de choisir les éléments. Ainsi

pouvez-vous aussi orienter subtilement le client dans une direction souhaitée.
- Une **navigation flexible** doit permettre au client de revenir facilement en arrière et de modifier ses choix. Veillez aussi à offrir la possibilité de comparer sans peine différentes options et affichez une barre de progression montrant au client où il en est dans le processus de configuration.

La création d'une bonne interface utilisateur est une tâche ardue. Il est donc conseillé de commencer par un projet de portée limitée et de bien tester le configurateur auprès des utilisateurs.

La configuration de produits comme point de départ de la numérisation

Il existe aujourd'hui un vaste choix de configurateurs de produits. Il en existe sous forme de modules s'intégrant à un système ERP ou sous forme d'applications tierces qui seront ensuite intégrées aux systèmes de back-office. Les frais liés à un projet de configurateur peuvent fortement varier selon la portée du projet. Pour les configurateurs les plus simples, il faut compter sur environ 5.000 à 10.000 euros/an en frais de logiciels, ce qui les rend accessibles également aux petites entreprises.

Dès l'instant qu'une entreprise dispose des éléments informatiques essentiels (comme un système ERP) et d'un produit configurable, un configurateur constitue un bon point de départ pour développer la numérisation pour les trois raisons suivantes. Premièrement, un projet de configuration bien réfléchi a un impact tangible sur les résultats d'exploitation ; deuxièmement, un configurateur de produits force l'entreprise à mener une réflexion stratégique ; et enfin, un configurateur évite aussi beaucoup de problèmes opérationnels. Toute entreprise ayant un produit configurable se doit donc d'envisager sérieusement la mise en place d'un configurateur de produits.

Pour en savoir plus sur les possibilités de la numérisation et de l'optimisation de la production, lisez nos précédents articles :

- Les instructions numériques sont-elles vraiment plus efficaces que sur papier ?
- Comment vous démarquer en numérisant votre production ?

(Source au dessus : https://nl.dreamstime.com)

]]>

Auteurs



Pascal Pollet