



INDUSTRIE

Secteur de l'après-vente automobile

DIVISION

AI-Futtaim Automotive

SIÈGE SOCIAL

Dubaï, Émirats arabes unis

DÉFIS

- Une stratégie de tarification historique résultant en structures d'escompte
- Une stratégie de tarification non alignée sur le marché
- Difficulté à réagir rapidement aux fluctuations des tendances du marché

SOLUTION

Syncron Price™

RÉSULTATS

- La stratégie de tarification est alignée sur les attentes des clients
- Plus de 80 % des ventes ne nécessitent pas de négociations de rabais
- Accélération des processus pour le personnel de vente sur le terrain
- Amélioration du service client et du taux de recommandation net
- Dépassement des objectifs de 26 % dans la première année d'utilisation de Syncron Price

AI-Futtaim dépasse ses objectifs annuels avec une stratégie de tarification des pièces qui repose sur les solutions Syncron

Le leader de l'automobile et des pièces automobiles propulse l'expérience client et les bénéfices grâce à l'intégration des solutions Syncron Inventory et Syncron Price.

LE DÉFI

Avec un portefeuille complet s'étendant des ventes aux services, AI-Futtaim Automotive est l'un des principaux fournisseurs de solutions automobiles au Moyen-Orient. Au milieu d'un marché automobile régional en croissance, l'activité d'AI-Futtaim dans le domaine des pièces de rechange automobiles B2B et B2C continue de se développer, créant des opportunités pour accroître les relations de la marque avec les principaux clients et partenaires, et sur ses plateformes de vente directe aux clients.

Cependant, cette croissance transcanal génère également une complexité croissante et un besoin grandissant de connaissances agiles qui peuvent aider l'entreprise à répondre aux attentes des clients tout en augmentant la transparence de ses opérations.

Dans le cadre d'une transformation numérique dynamique conçue autour de l'expérience client, AI-Futtaim s'est tourné vers Syncron pour innover dans ses opérations de service après-vente et améliorer ses performances de gestion de tarification et d'inventaire, ce qui a aidé à réduire les coûts, à augmenter les taux de conversion et à améliorer l'expérience client globale.



L'OPPORTUNITÉ

D'après l'analyse de l'industrie et les prévisions de croissance de Research and Markets, le secteur des pièces de rechange automobiles aux Émirats arabes unis devrait doubler d'ici 2025 pour atteindre les 634,4 millions de dollars. Pour un fournisseur de solutions de transport entièrement intégrées comme Al-Futtaim, déjà leader dans cette catégorie, le service après-vente n'est pas qu'un secteur de croissance clé ; c'est également un vecteur de la satisfaction et de la fidélisation de la clientèle.

« Grâce à ses différentes marques, à sa réputation en faveur de la qualité et de la priorité aux clients, Al-Futtaim est un leader du marché aux Émirats arabes unis, » explique Jawahar Ganesh, directeur chez Al-Futtaim Automotive, qui supervise le service après-vente de l'entreprise.

« Le service après-vente est un élément clé pour fidéliser les clients, leur offrir des services au bon prix, livrer les produits au bon endroit et à un niveau de qualité adéquat. »

JAWAHAR GANESH, DIRECTEUR AUTOMOBILE, AL-FUTTAIM

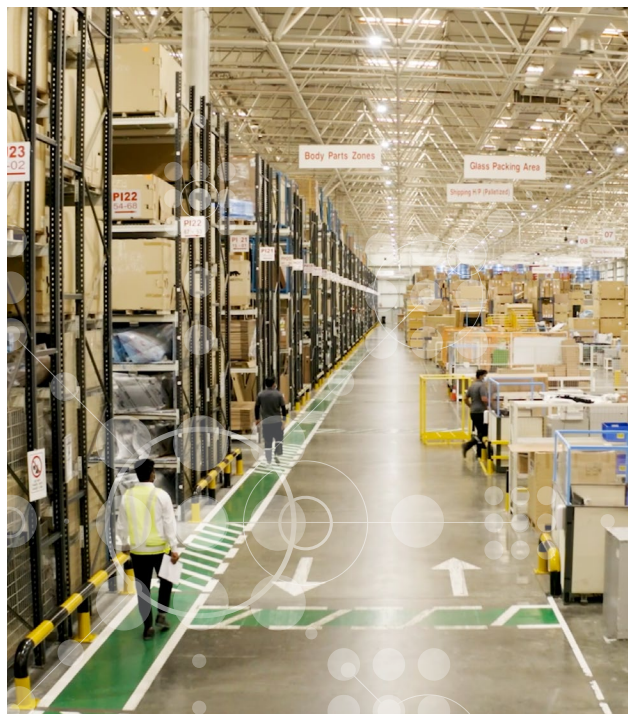
Al-Futtaim Automotive gère un inventaire de pièces automobiles dynamique en constante évolution, doté de millions d'unités de gestion des stocks (UGS) destinées à soutenir son réseau hétérogène de canaux de vente B2B et B2C (comprenant aussi bien des petits et grands fournisseurs de service, y compris le propre réseau de fournisseurs de service d'Al-Futtaim, que l'ampleur croissante du marché des pièces automobiles en ligne). Fournir la bonne solution et la bonne pièce au bon prix est essentiel à la réussite.

Selon Jawahar Ganesh, tout cela engendre de la complexité. « Dans le secteur des pièces détachées, vous trouverez au moins 5 000 numéros de pièces

pour chaque voiture. Et si vous regardez notre gamme, nous allons jusqu'à près d'un million d'UGS. »

Cette complexité ne devrait que s'accroître. D'après l'Automotive Aftermarket Suppliers Association (Association de consommateurs du marché de l'après-vente automobile ; AASA), près de 40 % de la croissance prévue du volume des nouveaux produits dans le secteur de l'après-vente automobile proviendra de pièces automobiles qui ne sont actuellement pas sur des véhicules. Cette double tendance (le marché croissant des pièces automobiles en ligne et l'innovation continue dans la catégorie) va demander une solution des stocks plus robuste et réactive qui non seulement garantit que les produits sont disponibles au moment voulu, mais aussi que les prix correspondent aux attentes afin de maintenir la confiance des clients.

Pour tenir son engagement auprès des clients et pour conserver sa place comme leader dans la catégorie, Al-Futtaim s'est tourné vers Synchron pour une solution qui pourrait aider à optimiser ses opérations et à les rendre plus transparentes, plus intelligentes et plus réactives pour répondre immédiatement à la demande du marché.



SOLUTION INTELLIGENTE DE SYNCRON

En comblant les écarts dans ses canaux de gestion de stocks, d'achat et de vente, Al-Futtaim a mis en œuvre les solutions Synchron Price et Synchron Inventory sur ses différents marques et sites géographiques. Tirant parti de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique, Synchron Price permet d'identifier des opportunités de tarification inédites pour s'assurer que la tarification s'aligne à la demande du marché. Cela garantit que les produits d'Al-Futtaim sont positionnés de manière cohérente et compétitive par rapport au marché. Ainsi, les clients savent qu'ils achètent au meilleur prix possible lors de leur achat.

« La plupart des ventes sont des achats en difficulté, ce qui signifie que les solutions de tarification doivent être alignées sur celles-ci, » explique James Henderson, responsable de la tarification, service après-vente mondial chez Al-Futtaim. « La solution Synchron s'efforce de trouver des solutions adaptées à ce que nous voulons faire en tant qu'entreprise. »

Al-Futtaim a également déployé Synchron Inventory, ce qui a permis d'automatiser le système de réapprovisionnement des stocks tout en aidant l'entreprise à gérer ses UGS de manière continue et agile sur toutes les plateformes. Cela permet à Al-Futtaim de répondre rapidement à la demande du marché tout en réduisant son stock excédentaire vieilli à travers l'ensemble de son système d'inventaire. En plus de cela, grâce à la logique autonome intégrée dans les solutions Synchron, Al-Futtaim peut établir le meilleur prix pour les nouveaux produits tout en s'assurant qu'elle peut agir immédiatement pour fixer un prix optimal pour tout stock excédentaire.





L'IMPACT D'AL-FUTTAIM ET DE SYNCRON

L'interaction en temps réel entre les solutions intelligentes de tarification et d'inventaire du marché a permis à Al-Futtaim de créer des économies tout en fournissant une expérience supérieure pour que les clients puissent obtenir le produit dont ils ont besoin au prix qu'ils attendent.

D'un point de vue financier, cela s'est traduit pas des opérations plus connectées et agiles qui garantissent que les stocks d'Al-Futtaim répondent à la demande du marché. « Nous avons réussi à réduire considérablement la quantité de stocks anciens que nous avons dans notre système. En outre, lorsque nous mettons en œuvre une stratégie de tarification, la solution Synchron Price met automatiquement à jour notre système d'inventaire et identifie ces ventes comme une demande non répétable, de sorte que nous ne nous retrouvons, comme par le passé, à liquider nos stocks en dessous du coût tandis que notre système d'inventaire les commande à nouveau. Maintenant, tout cela est entièrement intégré, ce qui signifie que toute action effectuée par l'équipe de tarification est automatiquement partagée avec l'équipe d'inventaire. »

Cette combinaison d'efficacité de la tarification et de la gestion des performances en temps réel a eu un fort impact sur les affaires. « Dès la première année, nous avons atteint notre objectif annuel en octobre et avons également dépassé nos objectifs d'environ 26 % au total au cours de cette première année, » raconte Henderson. « La deuxième année, nous nous sommes concentrés sur la mise en œuvre d'une stratégie de tarification à l'échelle du groupe dans nos différents canaux de ventes. Grâce à cela, nous avons déjà dépassé l'objectif de cette année, qui est nettement supérieur à celui de l'année dernière. »

Plus important encore, le marché en a pris note. Pour Keith Fisher, responsable de la stratégie et de la transformation chez Al-Futtaim : « La dynamique avec nos concessionnaires sur le marché est devenue beaucoup plus étroite. En fait, elle a généré une nouvelle relation : une relation de confiance. »

► **Pour plus d'informations, consultez notre site Internet synchron.com**