

Novacel revoit son site



Intuitif et ergonomique, le nouveau site du verrier de Château-Thierry présente tout son univers : les départements du laboratoire, les informations techniques et commerciales des produits, les communiqués et vidéos événementielles mais aussi le catalogue de commandes en ligne. Vous pouvez accéder à Novasoft, le service de télé-détournage du verrier (précalibrage, commandes et suivi de leur évolution en temps réel). ■

www.novacel-optical.com

IVS se regroupe à Clichy

Les 70 collaborateurs du groupe IVS (Activisu, Activ'Screen et IVS Technical) viennent de s'installer dans des locaux de 1400 m² à Clichy (Hauts-de-Seine). Précédemment, ils étaient répartis sur plusieurs sites parisiens. Un regroupement qui favorisera l'organisation et la communication interne pour un meilleur service à ses clients. ■

Adresse postale : 19 rue Klock 92110 Clichy

Les livraisons/retours SAV : Impasse Barbier 92110 Clichy

Accueil Téléphonique

inchangé : 0 891 021 500.

EDI-OPTIQUE

UN NOUVEAU STANDARD AUX APPLICATIONS CONCRÈTES EN MAGASIN

L'association EDI-Optique lance le standard universel de catalogues optiques qui rendra plus fluides les échanges de données au sein de la filière et facilitera le quotidien des opticiens.

Son but est que tous les acteurs aient la bonne information au bon moment pour en finir avec les erreurs de commandes, supprimer les saisies manuelles et gagner en productivité.

Verres, montures, lentilles, solutions d'entretien mais aussi offres packagées sont concernés par ce nouveau standard. Leur commande et la lecture des informations les concernant seront facilitées.

Problématiques déjà parues : Lentilles de contact (BV 190 – Juin 2011) Transmission des formes de montures aux verriers (BV 191 – Juillet-Août 2011), Promotions limitées dans le temps (BV 192 – Sept 2011), Verres individualisés (BV 193 – Oct 2011), Catalogues montures (BV 194 – Nov 2011), Offres packagées (BV 195 – Déc 2011)

► PROBLÉMATIQUE SUR LA GESTION DES FACINGS



Thierry Peyraud,
Optic 2000
à Voiron (38)

« Aujourd'hui, les facings sont souvent gérés en fonction de l'affect que l'on a avec les représentants des fournisseurs et non par rapport aux demandes des clients. De fait, on se contente d'acheter ce que nous vendent les fournisseurs par manque d'informations sur la rotation des produits. Autre problème, particulièrement pour ceux qui gèrent plusieurs magasins, différentes personnes assurent manuellement les entrées en stock. Par manque de vigilance, des produits identiques sont référencés différemment et les facings se retrouvent chargés de doublons voire de triplons. Enfin pour organiser les soldes, nous ne nous basons que sur l'ancienneté des modèles. Il n'est possible de connaître l'obsolescence d'un modèle que lors de la venue du commercial pour une nouvelle commande. Avoir accès aux catalogues EDI qui nous font gagner du temps et sécurisent la fiabilité et la pérennité des informations deviendra rapidement un critère de choix essentiel pour sélectionner nos fournisseurs ».

► LES SOLUTIONS D'EDI-OPTIQUE

« Grâce aux nouveaux catalogues EDI, les opticiens auront en temps réel une visibilité exhaustive sur l'ensemble de leur linéaire, annonce Dominique Harrouët, directeur général de L'Amie Diffusion Lunettes. Ils pourront procéder à des arbitrages en fonction des critères de sexe, de matière ou de couleur pour que l'ensemble soit équilibré de manière optimale. » Pour chaque produit entré en stock, une référence unique avec toutes ses caractéristiques seront automatiquement générés. Une somme d'informations incontournables pour adapter son stock à sa clientèle. Autre avantage, le réassort automatique des ventes. « Chaque produit passé en caisse pourra envoyer systématiquement un message au fournisseur ». En dehors d'accords particuliers, les fournisseurs ne connaissent pas les ventes réalisées en magasins en temps réel. Grâce aux catalogues EDI, ce sera désormais possible. « Un atout pour lisser la gestion de nos approvisionnements mais aussi pour prévenir un opticien qu'un modèle sortira prochainement de collection. Finalement, les nouveaux catalogues optimiseront les linéaires en réduisant les problèmes de gestion de l'opticien et lui feront gagner du temps pour se consacrer à ses clients. » Directeur de programme d'EDI-Optique, Jean-Christophe Leroy envisage déjà un autre bénéfice : « demain l'opticien vendra des produits qu'il n'a pas en stock mais qu'il pourra présenter virtuellement grâce au catalogue EDI. » Un moyen efficace de s'aligner sur les sites internet et leurs milliers de références.