

ÉTUDE DE CAS BIENS DE CONSOMMATION ET DISTRIBUTION
WD-40 COMPANY FRANCE



Enjeu :

WD-40 Company France souhaite étendre sa présence en Europe et cherche une solution pour concevoir et déployer facilement ses propositions de merchandising auprès de ses distributeurs.

Solution :

WD-40 choisit la plateforme **3DEXPERIENCE** de Dassault Systèmes sur le cloud et *Perfect Shelf*, sa Solution-Expérience pour l'Industrie, afin d'imaginer et mettre en place la stratégie de commercialisation la plus efficace pour chaque distributeur.

Bénéfices :

Les fonctionnalités de gestion des catégories de *Perfect Shelf* permettent de créer des plans de merchandising (planogrammes) plus réalistes et plus visuels, qui s'adaptent aisément à l'environnement du magasin du distributeur afin d'accélérer la compréhension des acheteurs et d'améliorer la visibilité de la gamme de produits WD-40.

UNE GAMME DE PRODUITS DIVERSIFIÉE

En 1953, Norm Larsen, ingénieur américain en chimie industrielle, cherche une solution qui empêche la corrosion en repoussant l'eau. À la tête de Rocket Chemical Company, entreprise californienne de trois employés, Norm Larsen découvre finalement avec son équipe la fameuse formule, après 40 tentatives. « Fondée en 1953, l'entreprise a mis au point un produit unique à l'époque, qui permettait d'éliminer l'humidité qui s'accumulait dans les moteurs de fusées », raconte Damien Tillet, directeur marketing de WD-40 Company France. « Lorsque nous avons commercialisé le produit sous forme d'aérosol, les clients ont vite réalisé qu'ils pouvaient résoudre toutes sortes de problèmes, notamment lubrifier, protéger les métaux de la rouille et de la corrosion, et éliminer la rouille ou tout autre résidu sur presque n'importe quel objet. Le produit a connu un succès tel que l'entreprise a changé de nom en 1970 pour devenir WD-40, abréviation de "Water Displacement, 40th" [Répulsion de l'eau, 40e]. »

Depuis lors, la boîte bleue et jaune de WD-40 fait partie intégrante de l'image de la marque. « Le WD-40 est commercialisé dans 176 pays. Nos clients sont des revendeurs qui s'adressent soit au grand public par le biais de distributeurs, y compris les magasins d'articles de sport, les supermarchés et les quincailleries, soit aux professionnels via des grossistes des secteurs agricole et automobile ou des fournisseurs de l'industrie du bâtiment », déclare Damien Tillet. « Notre objectif est d'augmenter le taux de pénétration de notre produit phare, de promouvoir la marque à travers nos autres gammes de produits et, de manière générale, de développer nos activités. Nombre de consommateurs

finaux reconnaissent facilement notre produit grâce à son packaging distinctif, mais cela ne suffit pas pour attirer leur attention lorsqu'ils parcourent les rayons. Nous recherchions une solution efficace de gestion des catégories pour mieux contrôler la présentation de nos produits chez les différents revendeurs, afin d'optimiser la reconnaissance des produits et de créer une stratégie cohérente et uniforme. Bien que nous utilisions depuis quelques années un logiciel de gestion des catégories pour optimiser l'agencement de notre famille de lubrifiants dans les différents magasins de France, nous étions toutefois confrontés aux limites de cet outil lorsque nous avons commencé à viser un marché européen plus large. Nous devons non seulement créer des planogrammes pour que notre équipe de vente présente clairement notre vision et notre philosophie aux distributeurs, mais aussi offrir à ces derniers un service et une assistance technique de qualité qui facilite l'application de nos recommandations. »

Afin d'élaborer la stratégie de commercialisation la plus efficace pour chaque distributeur, WD-40 a adopté la plateforme **3DEXPERIENCE**® et la solution *Perfect Shelf* de Dassault Systèmes. Désormais, WD-40 utilise la technologie virtuelle de *Perfect Shelf* pour développer de concert avec les distributeurs une nouvelle vision de sa gamme de produits. « En déterminant la meilleure approche possible des produits, des catégories et de l'espace de rayonnage, nous savions que nous pouvions optimiser la croissance et le chiffre d'affaires de la marque au niveau des points de vente », explique Damien Tillet.

IMMERSIF, PLUS VISUEL ET FACILE D'UTILISATION

Avec *Perfect Shelf*, les responsables de catégories de WD-40 peuvent créer un magasin réaliste en 3D avec des allées, des rayons et des gammes de produits. « À présent,



« Créer les meilleurs planogrammes possibles, c'est bien ; les déployer sur le terrain et convaincre les magasins de les appliquer, c'est mieux. C'est là tout l'intérêt de *Perfect Shelf*. »

— Damien Tillet
Directeur marketing, WD-40 Company France

nos planogrammes sont plus visuels. Ainsi, les magasins comprennent mieux nos objectifs, et nous pouvons travailler ensemble pour mettre en application nos propositions de gestion des catégories », affirme Damien Tillet. « Nous pouvons facilement adapter nos planogrammes à la configuration de chaque magasin et proposer rapidement différentes options de commercialisation en fonction de leurs contraintes spatiales, des profils et préférences d'achat des clients. Les responsables de catégories des distributeurs s'immergent dans leur magasin virtuel et participent activement à l'agencement de nos produits, y compris l'éclairage, la signalétique et les dimensions de l'espace de présentation. Comme tous les distributeurs n'utilisent pas forcément *Perfect Shelf*, la solution de Dassault Systèmes intègre une fonctionnalité de conversion d'un planogramme *Perfect Shelf* en format compatible avec le logiciel de planogramme tiers. Inversement : les planogrammes de logiciels tiers peuvent être convertis en planogrammes *Perfect Shelf*. Une flexibilité largement appréciée. »

« De plus, *Perfect Shelf* est une solution rapide et facile à utiliser, comparée à nos logiciels précédents qui produisaient des plans en noir et blanc avec des listes de données qui définissaient l'emplacement de chaque produit », explique-t-il. « Nous devons feuilleter chacun des plans, généralement au format papier, pour décoder où et comment les produits devaient être agencés. Grâce à *Perfect Shelf*, nous pouvons afficher un planogramme en couleurs et en 3D sur une tablette que nous montrons au distributeur directement en magasin, qui comprend aussitôt où et comment présenter nos produits. Ce raccourci visuel permet une exécution rapide, ce qui réduit le coût global d'installation et le choix de l'approche de commercialisation appropriée avant la mise en œuvre physique. Avec *Perfect Shelf*, nous pouvons même modéliser des clients virtuels afin de visualiser leur interaction avec le produit selon l'agencement proposé. À tous ces égards, les systèmes de création de planogrammes en 2D ne sont tout simplement pas à la hauteur. »

Visiativ Retail (anciennement Kalista), partenaire commercial de Dassault Systèmes, a soutenu WD-40 lors de sa transition vers *Perfect Shelf*. « Nous collaborons avec Visiativ Retail depuis longtemps, et nous comptons sur leurs conseils et leur soutien pour adopter cette solution. Ces professionnels font preuve d'une véritable approche intuitive dans ce domaine. Sans Visiativ Retail, nous n'aurions jamais osé abandonner notre logiciel précédent pour nous tourner vers *Perfect Shelf*. Alors que nous explorons les nombreuses facettes de cette solution, nous continuerons sans aucun doute de mettre à



En haut : Grâce au format 3D en couleur de *Perfect Shelf*, WD-40 a pu proposer des stratégies de commercialisation de la marque adaptées à la structure et à l'agencement de chaque magasin.

En bas : Le nouvel emballage est visualisé en contexte par un client dans un magasin.

À propos de WD-40

Fabricant international de lubrifiants pour la maintenance professionnelle et l'entretien domestique

Produits : produit multifonction WD-40, WD-40 Specialist, WD-40 Specialist Moto, WD-40 Bike, 3-EN-UN, GT-85

Nombre d'employés (monde) : 440

Siège social : San Diego, Californie, États-Unis

En savoir plus
www.wd40.fr

À propos de Visiativ Retail

Dans un contexte de stratégie omnicanal où l'expérience client est clé, Visiativ Retail (anciennement Kalista) soutient les marques et les distributeurs dans leur transformation de leurs stratégies de commercialisation, de packaging, de prise de commandes mobile ou d'e-commerce BtoB afin de promouvoir l'identité des marques et des distributeurs, de renforcer la fidélisation de leurs clients et d'augmenter les ventes.

En savoir plus
www.visiativ-retail.com



profit leurs compétences. Nous savons qu'ils feront tout pour nous satisfaire tout au long de ce périple », déclare Damien Tillet.

UN ENVIRONNEMENT COLLABORATIF SUR LE CLOUD

WD-40 a opté pour la version cloud de *Perfect Shelf* qui offre de nombreux avantages. Elle ne nécessite aucune infrastructure, aucun investissement pour le stockage des données et aucune compétence particulière en informatique, réduisant ainsi le coût global de possession. L'environnement cloud permet également aux utilisateurs de créer leurs planogrammes où qu'ils soient, grâce à une simple connexion Internet, et de les partager avec les équipes de merchandising européennes. « La plateforme **3DEXPERIENCE** propose un environnement collaboratif qui permet à nos équipes de travailler facilement avec d'autres filiales européennes et distributeurs dans notre écosystème. Ils peuvent ainsi partager des idées et des stratégies de commercialisation efficaces afin de les répliquer et les déployer dans des secteurs peu performants », indique Damien Tillet.

Le directeur marketing de WD-40 France place de grands espoirs dans *Perfect Shelf*. « Depuis que nous utilisons cette solution, nous recevons des retours positifs de la part de nos équipes de vente », affirme-t-il. « Elles estiment que cette nouvelle approche leur permet de présenter aux distributeurs des propositions de gestion de catégories de façon bien plus effective et efficace, surtout quand il s'agit de référencer de nouveaux produits. *Perfect Shelf* offre une approche qui contribue à la promotion rapide des innovations. Impliqué plus tôt dans le processus, le service du revendeur en charge de la commercialisation se sent davantage concerné et fournit alors un retour plus pertinent. Je souhaite que toutes nos filiales européennes utilisent *Perfect Shelf* pour créer et promouvoir leurs planogrammes 3D auprès des distributeurs de leur secteur. Cela permettrait d'augmenter le nombre de points de vente adhérent à nos propositions de gestion de catégories. Créer les meilleurs planogrammes possibles, c'est bien ; les déployer sur le terrain et convaincre les magasins de les appliquer, c'est mieux. C'est là tout l'intérêt de *Perfect Shelf* », conclut Damien Tillet.

Notre plateforme 3DEXPERIENCE® renforce nos applications au service de 12 industries et décline un large portefeuille de solutions-expériences pour l'industrie.

Dassault Systèmes, « The 3DEXPERIENCE Company », fournit aux entreprises et aux particuliers des univers virtuels pour imaginer des innovations durables. Ses solutions leaders sur le marché transforment la conception, la fabrication et la maintenance des produits. Les solutions collaboratives de Dassault Systèmes favorisent l'innovation sociale en augmentant les possibilités du monde virtuel d'améliorer le monde réel. Le Groupe apporte de la valeur à plus de 220 000 clients de toute taille et de toute industrie dans plus de 140 pays. Pour plus d'informations : www.3ds.com.

