



PANORAMAS LOGICIELS 2024

OMS

Réponses détaillées des éditeurs

Questionnaires reçus en juillet 2024

[\[Liste cliquable\]](#)

ANCHANTO	3
CEGID	6
DSIA	9
KEYNEO (GENERIX)	12
IBM	15
KBRW	21
KÖRBER SUPPLY CHAIN	24
MANHATTAN ASSOCIATES	28
ONESTOCK	32
OCTIPAS	39
ORACLE	43
PLANET	47
SHIPPINGBO (FACILECOMM)	51
SOCLOZ (SAVOYE)	55
VTEX	57

ANCHANTO

1	Raison sociale et groupe éventuel	Anchanto
2	Pays d'origine de l'éditeur	Singapour
3	Nom de votre OMS	Anchanto Order Management System
4	Année de lancement de votre OMS	2014
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	Effectif France : 10 / Effectif total monde : 340
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	11
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA France : N/C (CA global uniquement) / CA total monde : 20 M€
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui via nos partenaires
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres logiciels : WMS, TMS
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	France : 20 environ / Total monde : plus de 380
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	En France : N/A / Total Monde : N/A
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Nous ne communiquons pas les noms de nos clients sauf accords explicite de leur part. L'Oréal, Estée Lauder, Panasonic, HP font partis de nos clients utilisateurs de notre solution OMS, dont certains dans plusieurs pays.
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Nos clients sont des marques, des e-commerçants et des 3PL dans tout type de secteur d'activité (mode, électronique, bricolage, loisir, cosmétique, logistique e-commerce, etc.).
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	Nos solutions s'adressent aux PME comme aux grands groupes.
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	Tout type de volumétrie. Entre 100 et plusieurs centaines de commandes par jour
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : En fonction du périmètre projet. Pas de tarif public communiqué. Licence / abonnement : abonnement forfaitaire basé sur un volume de transactions. Pas de tarif public communiqué.
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Solution OMS complète incluant : une gestion du stock unifié et/ou par canal, gestion de l'inventaire, gestion des commandes et routage intelligent multisites / multi-magasins, gestion du catalogue produits (PIM), gestion des prix et des promotions, gestion des canaux de ventes

ANCHANTO

		(CMS, marketplaces et réseau sociaux), gestion des commandes B2B, gestion des transporteurs (module TMS), tableau de bord et rapports détaillés. Déployable à la carte : Oui
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui via intégration spécifique
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui via intégration spécifique
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui via intégration spécifique
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui via intégration spécifique
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Non
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui via intégration spécifique
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Oui
23.3	- Système de paiement omnicanal	Non
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Oui
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	Environ 110 transporteurs sont intégrés à notre solution OMS. Les principaux pour le marché français sont : Colissimo, DPD, Chronopost, GLS, Delivengo, Lettre Suivie, DHL, Amazon Shipping, UPS, Mondial Relay, relais Colis, Colis Privé, TNT, Geodis, Fedex, Dachser, ...
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	40 %
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ Solution complète avec UX moderne et gestion en temps réel 2/ Gestion des prix et des promotions 3/ Intègre un TMS permettant l'envoi et le suivi multi-transporteurs
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	Nouveaux canaux de vente, fonctionnalité PIM avancées

Quelques précisions sur votre OMS

ANCHANTO

27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Emplacement du stock, disponibilité, coût logistique, lieu de livraison, canal de vente, préférence client
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Disponibilité et emplacement du stock
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Tout type d'équipement connecté, de préférence ordinateurs et tablettes
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Une cinquantaine de marketplaces sont connectées à la solution OMS Anchanto, comme par exemple Amazon, eBay, Etsy, Boulanger, Mano Mano, OnBuy, Rakuten, Greenweez, Leroy Merlin, FNAC, etc. TikTok Shop est également disponible.
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui (gestion des prix, des remises et des promotions globale ou par canal de vente)
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Non (en cours de développement)
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	Huit langues à ce jour
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	AWS
	Observations / Commentaires	

CEGID

1	Raison sociale et groupe éventuel	Cegid SAS
2	Pays d'origine de l'éditeur	France
3	Nom de votre OMS	Cegid Retail Omnichannel Process Management
4	Année de lancement de votre OMS	2014
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	Effectif total monde : 4400
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	69
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA France : NC / CA total monde : 852 M€
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres logiciels : ERP, POS, CRM... etc
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanaux</u> en France et dans le monde	Total monde : 1000
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	Total Monde : 45000
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	La Sportiva, Birkenstock, Avril
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Luxe, Cosmétique, Mode
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	20 M€ - 10 000 M€ de CA
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	100 – 100 000 commandes par mois
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : durée de 3 mois en moyenne. Licence / abonnement : abonnement en fonction du volume de commandes
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Un seul module unique
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui en mode projet
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui

CEGID

22.5	- Gestion des retours en “return to anywhere” ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui avec le mode ‘Points Relais’
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui. Cegid Retail Inventory Tracking pour le fulfillment en mobilité dans le magasin ; Cegid Retail Live Store pour la gestion des parcours omnicanaux et de l'encaissement en magasin. Cegid Retail Intelligence pour le suivi de la performance des activités retail au siège ou en magasin
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non
23.3	- Système de paiement omnicanal	Oui, en intégration avec les principaux PSP
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	Intégration en mode projet avec des plateformes de type Proship, TDI, Centiro ou en direct avec des transporteurs type UPS permettant d'avoir des centaines de transporteurs intégrés
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Mode SaaS
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Micro-services et API métiers en SOAP/REST
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	80%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ OMS dédié au secteur du Retail 2/ Rapidité de déploiement 3/ Approche collaborative et mobile en magasin
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	Confidentiel
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Disponibilité du stock, distance entre le point d'expédition et de livraison... Mise en place en mode projet
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui, suivant règles mises en place
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	16 méthodes de réassort/allocation.
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui, à travers notre module de Replenishment
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Sur tous les types de devices mobiles ou fixes

CEGID

33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	En mode projet en intégration avec des solutions de channel management type Lengow ou Channel pilot ou en direct avec les marketplaces
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Non
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Non. A l'étude
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	24
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	Microsoft Azure
	Observations / Commentaires	

DSIA

1	Raison sociale et groupe éventuel	DSIA, une entreprise du Groupe proLogistik
2	Pays d'origine de l'éditeur	France
3	Nom de votre OMS	Logistar OMS
4	Année de lancement de votre OMS	1986
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	Effectif France : 130 / Effectif total monde : 130
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	Actuellement, uniquement en France
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	NC
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Non
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres logiciels : TMS, WMS, AB Value, In Store Picking, ...
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanaux</u> en France et dans le monde	NC
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	NC
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	NC
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Grande Distribution, Restauration, Bricolage, Fruits & légumes, Marée, Textile LS, Produits Frais, Electroménager
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	NC
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	NC
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	NC
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Logistar Référentiel – Pilote des flux – Web magasin – Web fournisseur - Instore Picking. Déployable à la carte : Oui
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Vision des stocks entrepôts en temps réel
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Non
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui, RoadMap
22.2	- Ship from store ?	Oui, Logistar Instore picking
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Non
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Non

DSIA

22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui, RoadMap
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui. WMS - TMS
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Non
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non
23.3	- Système de paiement omnicanal	Non
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	NC
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui, en mode SaaS
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Non
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	NC
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ Gestion des opérations commerciales 2/ Pilotage des flux stock et transit 3/ Workflow de pilotage des processus d'approvisionnement
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	?
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Disponibilité du stock, contraintes de livraisons fournisseurs et magasins
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Semi-automatique
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	?
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui (Logistar Instore Picking)
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Ecran desktop + mobile
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	0
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Non
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui (Opérations commerciales)
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui

DSIA

37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Non
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	Multilingue
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	Hébergement privé + Google GCP pour données BI
	Observations / Commentaires	

KEYNEO (GENERIX)

1	Raison sociale et groupe éventuel	Generix , Keyneo (acquisition en mai 2024)
2	Pays d'origine de l'éditeur	France
3	Nom de votre OMS	KeyOMS
4	Année de lancement de votre OMS	2014
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	Effectif total monde Generix : 1000. Effectif France OMS: 60
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	1
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA France : confidentiel. / CA total ^[OBJ] monde : confidentiel
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (<u>ERP, APS, TMS, WMS etc.</u>)	Oui : Encaissement, fidélité/opérations commerciales, ERP magasin (gestion des stocks, réceptions, inventaires, appro), prise de rendez-vous, application vendeur, collecte de produits 2nde vie
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	France : 10 / Total monde : 11
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	En France : 3000 /Total Monde : 3500
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Ikéa, Boulangerie Paul, Centrakor
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Retail, restauration
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	de 100M€ à 1 milliard euros
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	20000 à 100000 commandes par mois
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	frais de set up (parametrage, intégration,...) : 30 000 € . Abonnement SaaS : 15000€/an/enseigne, 30 € / mois / magasin
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Stocks unifiés, orchestration de commandes suivant critères personnalisables, split de commandes, bourse aux commandes, ordonnancement de commandes, gestion et préparation de commandes, picking, retrait/livraison. Déployable à la carte : Oui
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui

KEYNEO (GENERIX)

20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle) ?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui : encaissement, prise de rendez-vous, application vendeur, gestion des stocks, réceptions, inventaires, appro, collecte de produits 2nde vie
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui, les 2
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Oui
23.3	- Système de paiement omnicanal	Oui
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Oui
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	3 via connexion TMS et DMS (Woop)
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS) ?	Oui
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	90 %
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ Mobile first 2/ Orienté magasin 3/ Interopérable avec les autres briques du SI
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/2025 ?	Nouveaux critères d'orchestration (PMP, mode de livraison, type de commande, rotation de stock, temps de préparation... Timer (ré-affecter une commande non traitée au bout de x heures). KPI des commandes
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	disponibilité immédiate ou sous x jours, localisation, délai, coût, CA, niveau de stock
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Non, sujet en road-map

KEYNEO (GENERIX)

29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Disponibilité sous x jours: attendre pour mieux servir ; Bourse aux commandes - proposer la commande en simultanée à plusieurs magasins éligibles pour une préparation plus rapide
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Non, sujet en road-map
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Tablette tactile, terminaux mobiles. Androïd, iOS, Windows
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Magento, Prestashop, Shopify
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Non, sujet en road-map
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	le back-office fonctionne sur le web et est responsive sur mobile et tablette
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	Multi-langues
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	ATE
	Observations / Commentaires	

IBM

1	Raison sociale et groupe éventuel	IBM
2	Pays d'origine de l'éditeur	États-Unis d'Amérique
3	Nom de votre OMS	IBM Sterling Order Management System (Sterling OMS)
4	Année de lancement de votre OMS	2001
5	Effectifs en France et total monde (France incluse)	Effectifs monde au 31 décembre 2023 : 282 200
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	IBM Order Management est déployé et exploité par nos clients dans plus de 50 pays à travers le monde : Australie, Autriche, Belgique, Bulgarie, Canada, Chili, Chine, Colombie, Croatie, Chypre, République tchèque, Danemark, Égypte, Estonie, Finlande, France, Allemagne, Grèce, Hong Kong, Hongrie, Inde, Indonésie, Irlande, Israël, Italie, Japon, Corée, Koweït, Laos, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Macao, Malaisie, Mexique, Pays-Bas, Nouvelle-Zélande, Norvège, Pérou, Philippines, Pologne, Portugal, Roumanie, Russie, Arabie saoudite, Singapour, Slovaquie, Slovénie, Espagne, Suède, Suisse, Taiwan, Thaïlande, EAU, Royaume-Uni et États-Unis.
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA IBM monde 2023 : 61,9 Mrd €
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui. IBM propose des services de mise en œuvre et de revue des solutions. Les experts d'IBM peuvent travailler avec les intégrateurs de systèmes et les clients pour analyser la solution et suggérer les meilleures pratiques, l'optimisation des performances et le réglage de la solution.
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres solutions Supply Chain : Blockchain Transparent Supply: Traçabilité des produits sur l'ensemble de l'écosystème supply chain ; Supply Chain Intelligence Suite : Visibilité de bout en bout de la supply chain avec recommandations et résolution des problèmes en se basant sur l'IA et l'automatisation ; MRO-IO : Optimisation des stocks de pièces détachées destinées à la maintenance de l'appareil productif
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui. Intégration via nos équipes Consulting ou nos partenaires. IBM Sterling Order Management est utilisé comme plateforme pour connecter une multitude de modules au sein de la chaîne d'approvisionnement de nos clients. Grâce à nos capacités iPaaS, notre solution est utilisée comme plaque tournante de toutes les intégrations au sein de la plateforme de commerce. Le cadre de définition des services d'OMS, les points d'intégration exposés et les User Exits extensibles nous permettent d'être une plateforme de commerce unifiée complète dans toutes nos implémentations.
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	Nous avons plus de 250 clients qui utilisent activement les produits de notre suite OMS dans le monde entier.

IBM

12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	Notre système de gestion des stocks est utilisé pour canaliser les stocks et les commandes à travers des dizaines de milliers de magasins dans le monde. L'un de nos plus gros clients possède plus de 3 500 magasins aux États-Unis.
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	NC
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Nous avons des clients dans de nombreuses industries à travers le monde aussi bien en B2C que B2B comme l'alimentaire, le CPG, les télécommunications, la cosmétique, l'habillement, les 3PLs, l'industrie pharmaceutique ou l'automobile.
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	Sterling OM peut s'adresser à des clients dont le chiffre d'affaires est très variable, depuis les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 200 millions d'euros par an, (avec l'édition Essentials) en passant par les conglomérats mondiaux dont le chiffre d'affaires s'apprécie en milliards.
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	De 100 000 lignes de commandes par an à plusieurs centaines de millions. Sterling OM dispose d'une extensibilité élastique et constitue la plate-forme de choix pour les grandes organisations internationales qui doivent gérer un grand nombre de commandes et les exécuter pour livrer des produits (principalement) physiques.
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Licence / abonnement : Le coût est variable en fonction des modules sélectionnés et des volumes de transaction, mais il est généralement de quelques centimes par ligne de commande. Mise en œuvre : L'investissement minimum dépend de nombreux facteurs, Nos partenaires proposent des forfaits de mise en œuvre à partir de 150k€ pour permettre l'exécution des commandes à partir du magasin.
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	<u>Sterling Intelligent Promising</u> - Faire une promesse et la tenir. Pour faire une promesse de disponibilité et date de livraison personnalisée en tenant compte des conditions réelles d'exécution de la supply chain, en temps réel (depuis les pages de recherche produits, les pages détails ou le panier). S'utilise en pre-purchase depuis le site eCommerce B2C ou B2B pour l'optimisation de la promesse et en post-purchase pour minimiser le coût de service tout en respectant la promesse faite au client. Basé sur l'IA. <u>Sterling Order Management</u> - Orchestration et optimisation des commandes. Prise en compte des retours, transferts, fournisseurs, dropshippers ou services spécialisés associés aux produits. <u>Déploiement à la carte</u> : Oui. Sterling Intelligent Promising est totalement indépendant de l'OMS utilisé (ERP, développement interne, ou solution du marché)

IBM

19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui. <u>Sterling Order Management Resiliency Addon</u> – Pour identifier les modèles, les tendances des perturbations et les résoudre concrètement au niveau opérationnel. Passez moins de temps à : - rechercher les causes dans de nombreuses transactions et sources de données - trouver des solutions à ces problèmes. Intégrez également les données de la supply chain et les données externes pour les mettre en corrélation avec les données de l'OMS.
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Non
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non. Sterling Intelligent Promising est utilisé en pre-purchase depuis les fronts ecommerce pour la disponibilité et les dates de livraison (depuis les pages de recherche produits, les pages détails ou le panier).
23.3	- Système de paiement omnicanal	Non. Notre OMS est généralement intégré aux fournisseurs de paiement et peut prendre en charge plusieurs types de paiement.
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Oui
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	La plateforme dispose des outils nécessaires pour intégrer tout transporteurs spécialisés selon les besoins clients, comme pour le 'last mile' par exemple.
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui. Architecture Business Services

IBM

24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	Approx 30% on SaaS
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	Assurez-vous d'avoir la meilleure expérience client en offrant à vos clients : 1/ La Certitude de la disponibilité des produits, des estimations de livraison, de la livraison effective et de la rapidité du service à la clientèle 2 / Le Choix du mode de commande, du lieu et de l'heure de livraison ou de retrait, et des options de service après la commande 3 / La Transparence sur les produits et services qui m'intéressent, sur l'état d'avancement de ma commande et sur mes demandes de service à la clientèle
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	IBM à une roadmap produit flexible qui évolue en fonction des demandes de nos clients et des besoins et scénarios du marché. Chaque trimestre de nouvelles améliorations et fonctionnalités sont mises à disposition. La vision d'IBM est d'aider nos clients à offrir une expérience omnicanale de premier plan : agilité de déploiement, productivité, optimisation par l'IA. Les principaux développements prévus sont les suivants : Modules GenAI intégrés qui servent les clients et les associés pour gérer les commandes et obtenir des informations sur les opérations d'exécution ; Segmentation intelligente de l'inventaire pour suggérer et mettre automatiquement de côté des produits à travers les canaux. ; L'assistant de configuration qui analyse la documentation des processus d'entreprise et configure automatiquement les systèmes pour les intégrations avec d'autres systèmes.
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Sterling Order Management dispose d'un moteur de sourcing et scheduling sophistiqué basé sur : L'optimisation de l'exécution des commandes : sur la date (délai), la priorité ou la distance, sur les coûts d'exécution (détention, préparation, transport) ; Le split/merge : sourcing multi-nœuds avec regroupement ; Les groupes de distributions ; Les règles de sourcing selon emplacement, produits, classification, vendeur, destination ; Optimisation de l'exécution des commandes basée sur l'IA pour analyser les changements de la demande et de l'offre en temps réel afin de s'approvisionner au bon endroit et d'éviter les ruptures de stock.
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Principaux paramètres pour fournir la promesse optimisée : Disponibilité des stocks et réservations, Emplacement des stocks, Stocks de sécurité, Lead times, Processing time, Transit times, Nœuds : Capacité, calendrier et Cutoff time, Règles de sourcing et de transfert, Transporteurs : Calendriers, services, zones, prix, Groupes d'expédition, Plans de démarque, Plans de rapprovisionnement, Ventes en magasin et en ligne

IBM

30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Yes. La Solution Sterling Order Management met à disposition les informations de <i>supply</i> et <i>demand</i> (en temps réel ou à la demande) aux solutions spécialisées de façon à prendre des décisions éclairées en matière de réapprovisionnement des stocks.
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Terminaux portatifs, tablette, mobile, borne ou PC/laptop
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	NC. IBM et ses partenaires sont au service des entreprises depuis près de 20 ans. Ils ont acquis une grande expérience, dont vous pourrez bénéficier, dans l'intégration de la solution Sterling Order Management et ont déjà mis en œuvre des intégrations aussi bien avec la plupart des places de marché qu'avec les autres solutions jouant un rôle essentiel dans l'exécution des commandes (WMS, ERP, PIM, PSP...)
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Oui. Avec Sterling Intelligent Promising. Processus de promesse – vous permet de donner une date de livraison personnalisée et fiable lors du processus d'achat : depuis les pages de recherche produits, les pages détails ou le panier. Processus d'exécution des commandes après l'achat - vous aide à tenir vos promesses au coût d'exécution le plus bas. Trouver l'équilibre entre les règles business prédéfinies et les facteurs de coûts réels pour prendre les meilleures décisions en matière d'exécution des commandes.
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	13 langues supportées en standard : anglais, français, allemand, espagnol, italien, russe, turc, portugais brésilien, chinois (traditionnel ou simplifié), coréen, japonais, polonais.
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	IBM Cloud pour la version SaaS / Sterling OM est déployable en mode containers et certifié pour RedHat OpenShift sur Cloud privé ou public de votre choix ou on-premise.
	Observations / Commentaires	** IBM propose Sterling Order Management en version SaaS depuis plusieurs années. La sécurité des données des clients et la confiance dans la stabilité sont des

IBM

caractéristiques capitales apportées par nos services Cloud. Nos services SaaS assurent la prise en charge des situations de Disaster Recovery, des Backups, de la Sécurité et de la mise à niveau régulière du service et du système. Un Customer Success Manager IBM sera nommé pour être votre point focal et vous assurer de recevoir le meilleur niveau de service. ** IBM et ses partenaires spécialisés Sterling Order Management sont au service des entreprises depuis près de 20 ans. Vous détenez la solution et vous êtes libre de choisir l'intégrateur et/ou le partenaire expérimenté avec qui vous souhaitez travailler. ** Le Club Utilisateurs vous permet de partager vos expériences avec d'autres leaders mondiaux et régionaux. Les clients européens se réunissent chaque année pour contribuer à un groupe d'utilisateurs très populaire et précieux. Ici, vous pouvez vous renseigner sur les meilleures pratiques auprès de vos pairs et faire part de vos commentaires à nos équipes produits afin que votre voix soit entendue.

KBRW

1	Raison sociale et groupe éventuel	Kbrw
2	Pays d'origine de l'éditeur	France
3	Nom de votre OMS	Kbrw OMS
4	Année de lancement de votre OMS	2013
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	Effectif France : 158 / Effectif total monde : 163
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	123
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA France : € 16 400 000 / CA total monde : € 17 658 000
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres logiciels : WMS
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	France : 47 ; Total monde : 52
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	En France : 7 500 / Total Monde : 8 200
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	1/ Michelin - OMS 2/ Leader mondial de luxe et maroquinerie OMS (extension de couverture, projet confidentiel) 3/Une maison phare du groupe LVMH – OMS finalisation déploiement monde (Chine, US, JP, etc.)
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Luxe, Alimentaire et grande distribution, Industrie/Manufacturière, Mode, Automobile
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	€300 millions - €50 milliards
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	5.000 - 2 millions/ commandes par jour
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : 200 000 €. Licence / abonnement : 10 000 € par mois
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Notre OMS est conçu de manière entièrement modulable. Les modules peuvent se déployer 'à la carte' avec les micro-services: ; Global promising & availability ; Global Capacity Management ; Global Replenishment ; Global Transportation Execution ; Order Execution ; Order return
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui

KBRW

21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui. Nous proposons des modules complémentaires pour faciliter l'intégration et pour améliorer l'expérience omnicanale). Ces modules sont : In-store Service Portal ; In-store pick & pack service solution ; Customer Service Portal ; OMS Control Tower ; Hub d'intégration (solution iPaaS embarquée) ; Customer Notification Center
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Non (mais capacité d'intégrer tout POS, mPOS du marché)
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Oui
23.3	- Système de paiement omnicanal	Non, l'OMS ne propose pas une solution de paiement nativement mais peut intégrer une large gamme de solutions PSP
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non (mais capacité d'intégrer tout PIM du marché)
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	20. - AS Team ; Chronopost ; Colissimo ; DHL express ; Fedex ; Mondial Relay ; UPS ; TNT ; Heppner ; Schenker ; Relais colis ; Xpo logistics ; Triporteurs ; Act ; Becofrance ; Veron Graueur ; Clasquin ; Bolloré ; Traconf ; Nippon Express
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	100%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ Performance en grande volumétrie et complexité opérationnelle 2/ Couverture fonctionnelle complète avec une gestion logistique de bout en bout qui unifie les flux B2B et B2C 3/ Solution composable avec une grande flexibilité et évolutivité
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	Renforcement des KPI, tableaux de bord et de rapports, intégration de cas usage IA.

KBRW

		Renforcement des outils d'intégration. Enhanced business metrics and reporting functionalities
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Nous traitons l'orchestration tout au long du cycle de vie d'une commande, et par conséquent les règles de gestion automatique d'orchestration s'appliquent dans toutes les étapes clés de la gestion d'une commande. Nous proposons un moteur de règle qui gère une multitude de paramètres d'orchestration en fonction du besoin métiers. A / Règles de gestion automatique de sourcing avant la prise de commande : 1/ Définition des ensembles éligibles : Filtrage des stocks disponible en prenant en compte l'ensemble des paramètres suivants : Paramètres liés à la commande (nombre d'articles de la commande, prix) ; Caractéristiques liées aux profils clients (VIP, contrat B2B, relation commerciale...) ; Nature de produit (Poids, matières, volume, alimentaire/non-alimentaire) ; Point de collecte / expédition ; Statut de stock (en transit, stock disponible, futur stock...) ; Quantité et couverture de stock disponible. 2/ Choisir parmi les options en fonction du besoin client prédéfini (priorité lead time, coût de transport, proximité géographique, complétude de commande...) Sur ce point nos règles d'orchestration sont très variées et peuvent être configurés de manière très flexible. B/ Orchestration du routing : composer dynamiquement le cycle de vie de l'exécution d'une commande (ex. une commande en cross dock ne partage pas la même façon d'orchestration d'une commande normale) ; suivi de statuts ; réacheminement automatique. Alerting / notification sur une commande provoquée automatiquement avec un moteur de notification low/no code
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui. Par défaut, nous préconisons le ressourceur automatiquement et optimiser le réacheminement automatique avec un moteur de règles
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Nous savons prendre en compte l'intégralité de la chaîne logistique pour fiabiliser la promesse. Les paramètres pris en compte comprenant : Points de destination ; Distance de livraison ; Choix d'entrepôt/magasin du départ ; Acheminement/routing ; Complétude de la commande ; Jours de départ . Choix de transporteur ; Agenda transporteur (Jours non

KBRW

		ouvrées dans les pays) ; Type de transporteur ; Planning et cutoff transport ; Délais de transport ; Nature de marchandise à transporter (volumineux, produit frais, frigorifié, fragile..). Ces promesses sont aussi calculées et optimisées en fonction du coût accepté par le client. Notre OMS attribuera une note avec un coefficient pour chacun des critères suivants : Prix de préparation ; Prix d'expédition ; Prix de consolidation et délai d'exécution. Il gère aussi la mise en concurrence des transporteurs
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Ordinateur, tablette, mobile, terminaux mobile (type scanner code bar Zebra)
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Amazon ; Zalando ; La Redoute . Veepee ; 24 Sèvres ; Rue du Commerce ; Cdiscount ; Priceminister/Rakuten
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Oui ; Calcul de lead time, fiabilité de livraison ; Exploitation de données et génération de reporting
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	30
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	Kbrw Cloud (Nous intégrons nos solutions sur notre propre solutions cloud (Kbrw Cloud), en partenariat avec notre fournisseur d'infrastructure OVH)
	Observations / Commentaires	

KÖRBER SUPPLY CHAIN

1	Raison sociale et groupe éventuel	Körber Supply Chain Software / groupe Körber
2	Pays d'origine de l'éditeur	Allemagne
3	Nom de votre OMS	K.Motion DOM
4	Année de lancement de votre OMS	2000
5	Effectifs en France et total monde (France incluse)	France : 80 / Total monde : 2000
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	37

KÖRBER SUPPLY CHAIN

7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	NC
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres logiciels : WMS / WCS / TMS / Voice et autres solutions complémentaires de gestion supply chain
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanaux</u> en France et dans le monde	France : NC / Total monde : NC
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	En France : NC / Total Monde : NC
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Boulangier, Electro Dépôt, Caroll
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Retail, Distribution spécialisée, 3PL
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	NC
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	10 000 – 1 000 000 lignes de commande par jour
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : NC. Licence / abonnement : NC
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Visibilité des stocks, Orchestration es commandes, Distribution, Retours. Déployable à la carte : Oui
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Non
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Non, intégration via partenaires

KÖRBER SUPPLY CHAIN

23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non
23.3	- Système de paiement omnicanal	Via partenaires
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Non
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non, intégration via partenaires
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	Intégration via notre module K.Motion SDS
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui SaaS
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	80%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ DropShipping avancé 2/ Module d'orchestration puissant 3/ Plateforme moderne
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	NC – Annonce à venir lors de notre évènement annuel Elevate les 25-26 Septembre
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	ATP ; ATS ; PTP, éclatement multi site avec réconciliation ou non, Coût et délai de livraison ; Capacité des sites...
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Coût, délais, capacité, qualité
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Mobile
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	NC
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	En cours
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	Français, Anglais, Allemand mais logiciel multi lingue
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	OCI - AWS
	Observations / Commentaires	De nouvelles annonces auront lieu en Septembre.

MANHATTAN ASSOCIATES

1	Raison sociale et groupe éventuel	Manhattan Associates
2	Pays d'origine de l'éditeur	USA, Atlanta
3	Nom de votre OMS	Manhattan Active Omni (MAO)
4	Année de lancement de votre OMS	Plus de 10 ans
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	Effectifs France : 190 / Total monde : 4570
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	65 pays
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA total monde : 928,7 MUSD
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui : dans le cadre de nos déploiements, nos consultants expérimentés conseillent nos clients sur les bonnes pratiques, tout en travaillant avec d'autres cabinets de conseil
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (<u>ERP, APS, TMS, WMS etc.</u>)	Oui : TMS, WMS, POS, IO
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	Europe : +20 / Total monde : +100
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	Plus de 20 000 magasins dans le monde
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	NC
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Retail, CPG
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	NC
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	NC
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Solutions SaaS
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Notre plateforme est composée de 3 modules fonctionnels principaux : DOM (Distributed Order Management) (Unification des stocks, Sourcing et allocation de commande, Calcul de la promesse client, Orchestration et suivi des commandes) ; Customer service & engagement dédié aux équipes en call center (Prise de commande + paiement, Modification de commande, Retours / échanges) ; Store application (Préparation de commande en magasin, Gestion des stocks, Visibilité client 360°, Intégration RFID, POS : encaissement omnicanal). Oui, notre solution est composable et modulaire : les modules sont nativement intégrés les uns avec les autres mais peuvent être déployés indépendamment

MANHATTAN ASSOCIATES

19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui. WMS, TMS, Inventory Allocation
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non
23.3	- Système de paiement omnicanal	Non mais nous avons des intégrations natives avec de nombreux PSP (Paypal, Cybersource, Verifone, Adyen....)
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui notre OMS contient un module de reporting opérationnel permettant du reporting à chaud et à froid
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	Connection directe avec les transporteurs (UPS, USPS, DHL, Fedex) ou plateforme multi-transporteurs (Logistyx, Metapack, Proship)
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui. MAO est proposée uniquement en SaaS
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	80 %
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/Solution mature et leader sur le marché, avec un scope fonctionnel complet qui permet de couvrir simplement tous les scénarios, du plus simple au plus complexe 2/Des services modulables permettant de construire des parcours clients omnicanaux, de bout en bout, avec une intégration native de tous nos modules les uns avec les autres 3/Rapidité et Force d'innovation : une nouvelle version chaque trimestre apportant de nouvelles fonctions à nos clients. Exemple : utilisation du

MANHATTAN ASSOCIATES

		machine learning et de l'IA pour une promesse client toujours plus précise et fiable
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	De nouvelles fonctionnalités sont livrées tous les trimestres. Poursuite de l'intégration de l'IA pour booster les fonctions proposées.
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	La solution est totalement flexible et configurable, par les équipes métiers : rapidité et autonomie. Les règles d'orchestration disponibles sont multiples. Quelques exemples : , Possibilité de créer autant de règles que de types de commande à traiter, Priorisation de la préparation sur un point de stock, Possibilité ou pas de faire un split de commande (préparation multi-sites), Définition des groupes de sites de préparation éligibles pour chaque type de commande, par canal de vente, par zone géographique, Drop-shipment, Merge shipment..., Règles de sourcing et d'allocation de commande, Critères de choix du site de préparation si plusieurs sites sont éligibles, Règles d'envoi des commandes aux sites de préparation : au fil de l'eau / batch
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Paramétrable. Fonction de gestion des « backorders » qui permet de réallouer automatiquement une ligne/une commande qui aurait été rejetée par le site de préparation.
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	De nombreux paramètres sont configurables comme : La proximité client, Les coûts d'exécution et de transport, Le taux de rejet des sites, Les stocks toxiques, La capacité de préparation des sites...
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Le module de gestion des stocks en magasin a pour vocation de favoriser la qualité du stock théorique...ce qui impacte la qualité des commandes de réassort des magasins.
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui, via le module de préparation de commande disponible dans l'application Magasin.
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Poste fixe, tablette et/ou mobile. Tout OS : Windows 10, iOS, Android
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Nous avons une grande expérience dans l'intégration avec de nombreuses marketplaces comme Farfetch, Bloomingdale's, QVC, Nordstrom, Amazon, Zalando...Que ce soit par intégration directe ou par l'intermédiaire de hubs comme channel advisor, Mirakl, Commerce Hub, dsco....
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui, si les règles métiers de nos clients l'autorisent.

MANHATTAN ASSOCIATES

35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui, notre solution intègre également un moteur de promotions omnicanal.
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui, notre solution permet de gérer tous les types de commandes : B2B, B2C, B2R (réassort magasins), B2B2C...
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Oui, certaines de nos moteurs d'optimisation (ex : sourcing et allocation) intègrent ces technologies. Nous utilisons également le machine learning pour affiner les temps de préparation, temps de transit que nous intégrons lors du calcul de la date estimée d'une commande. Et nous allons continuer à augmenter l'utilisation du ML et de l'IA dans les prochaines releases de la solution.
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	Nativement la solution est proposée en 15 langues. D'autres langues peuvent être ajoutées selon les besoins de nos clients.
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	Google Cloud Platform (GCP)
	Observations / Commentaires	

ONESTOCK

1	Raison sociale et groupe éventuel	OneStock
2	Pays d'origine de l'éditeur	France
3	Nom de votre OMS	OneStock
4	Année de lancement de votre OMS	2015
5	Effectifs en France et total monde (France incluse)	Effectif France : 110 Effectif total monde : 120
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	32
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA France : NC € / CA monde uniquement OMS : Fourchette 15M€ - 25M€
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Non
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui Et nous disposons également d'un réseau de partenaire intégrateur.
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS en parcours omnicanal en France et dans le monde	France : 65 / Total monde : 95
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	En France : 13 678 /Total Monde : 22 602
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Marionnaud, JD Sports, Longchamp

ONESTOCK

14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	B2B (Pièces automobiles, coopératives agricoles, outillages, industries...) B2C (Articles de sport, Bricolage & Jardinage, Chaussure, Cosmétique, Fashion, Joaillerie, Jeux et Jouets, Lingerie, Luxe, Produit Culturel, Puériculture,...)
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	250 M€ - 10 Mds+, nos clients sont dans le segment Enterprise et le haut du mid market.
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	Certains de nos clients traitent jusqu'à 600 commandes par minute mais la solution s'adapte aussi pour de petits volumes, à partir de quelques centaines de commandes par mois.
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : >40K€ Licence / abonnement : >50K€
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Fonctionnalité de base : Unification des stocks et pilotage des stocks vendables sur les canaux de vente, orchestration avancée des commandes, gestion des commandes par le customer service, pilotage des commandes Modules 'à la carte' : application magasin, Ship From Store, Click & Collect, Reserve&Collect, Order In Store (endless aisle), Delivery Promise, Suite Business Intelligence, RDV en Magasin, clienteling, Stock futur, gestion des retours, scalable store fulfilment, orchestration supplychain....
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
22	Scénarios omnicanaux disponibles en standard	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui

ONESTOCK

22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23.1	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui : prise de RDV, Clienteling, Delivery Promise; scalable store fulfilment, orchestration supplychain
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui : encaissement mobile par carte bancaire, pay by link, ou carte cadeau - uniquement en complément d'un POS existant, pas en remplacement
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non
23.3	- Système de paiement omnicanal	Oui Dans notre Order in store nous faisons du paiement omnicanal (ex. : le client paie physiquement en magasin et on le rembourse à distance)
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Oui PIM permettant de visualiser/modifier les articles depuis le Back office
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	OneStock est déjà intégré avec 33 transporteurs. La liste complète est disponible sur notre portail d'extensions/connecteurs : https://extensions.onestock-retail.com Liste actuelle : ACS, AN Post (Ireland post), Bartolini (DPD group), BPost, Bring, Chronopost, Colissimo, Correos Express, DHL e-commerce NL, DHL Express, DHL Paket DE, DPD France, DPD Ireland, DPD Switzerland, DPD UK, DX, FanCourier, Geodis, GLS, Swiss Post, Metaship, Mondial Relay, Parcel Force, Post of Slovenia, Royal Mail, Royal Mail, Sorted (metacarrier), Stuart, Teliae (metacarrier), TNT (Fedex), UPS, WOOP.
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui, exclusivement SaaS multi-tenant

ONESTOCK

24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui, membre de la MACH Alliance
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	100%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/Composable Commerce: Notre architecture agile s'adapte à votre SI et non l'inverse. Notre approche repose sur les microservices et un modèle API-first permettant un déploiement et un ROI rapide. La plateforme est multi-tenant pour optimiser la scalabilité et la disponibilité et garantit d'être toujours sur la dernière version avec des évolutions régulières. 2/ Solution orientée Business: OneStock peut être déployé sans développement pour des besoins standards. Des dashboards sont disponibles pour le métier pour piloter toute l'omnicanalité. Les configurations métier sont dans les mains du métier, sans avoir besoin d'intervention de l'IT. La solution est extensible pour répondre à des besoins spécifiques quand c'est nécessaire. 3/ Spécialistes de l'omnicanal : Nous étions les pionniers de l'OMS, nous en sommes désormais les experts. Notre solution omnicanale est utilisée par plus de 70 marques qui bénéficient quotidiennement du savoir-faire de nos équipes. Adoption en magasin : grâce à l'allocation compétitive, uniquement proposée par OneStock, et la gamification en magasin, les équipes magasins sont pleinement mobilisées et motivées par l'omnicanal, impliquant des préparations plus rapides, des taux d'annulation plus bas, des stocks mieux mis à jour, des clients mieux orientés et accompagnés.

ONESTOCK

26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	La solution s'enrichit en continu. Voici quelques axes de développement majeurs : - extensibilité du logiciel : faciliter la création d'extensions par des développeurs externes et la publication sur notre portail d'extensions. - customer service : accès rapide et simplifié aux informations pertinentes pour le customer service et ajout de fonctionnalités. - IA / machine learning : intégration du deep learning dans la Delivery Promise pour prendre en compte plus de critères et avoir de meilleures prévisions. - IA / generative AI : utilisation de large language models pour assister les utilisateurs dans la configuration et dans le développement et l'utilisation des APIs OneStock.
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	OneStock est très flexible sur la définition des règles d'orchestration. OneStock est le seul OMS à proposer l'allocation compétitive qui permet de proposer une commande à plusieurs magasins à la fois (en fonction de critères choisis). OneStock crée un contexte positif de gamification pour les vendeurs en magasins et favorise ainsi un traitement rapide et optimal des commandes. OneStock permet de maîtriser complètement le nombre de splits de commandes et de prendre en compte n'importe quel critère spécifique des points de stocks ainsi que des critères dynamiques notamment la distance, la couverture de stock, la charge de travail, la fiabilité, le cout, la rapidité de traitement des commandes par le magasin... Enfin OneStock gère la promesse de livraison avant le passage de la commande (on et off line) et s'assure automatiquement du respect de cette promesse au moment de l'orchestration de la commande.
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui

ONESTOCK

29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	OneStock permet de calculer instantanément (moins de 100ms en moyenne) la promesse de livraison pour tous les modes de délivrance possibles dès la page produit ou la page panier. La promesse de livraison de OneStock prend en compte de très nombreux paramètres pour choisir le service de transport le plus adapté, le(s) point(s) de stock et calculer les temps de toutes les étapes d'exécution de la commande : - toutes les routes de transport proposées par chaque transporteur, - prix du transport en fonction des poids et dimensions des colis, - frais de port facturés au client final, - restrictions articles pour chaque transporteur, - calendrier d'ouverture des points de stocks (magasins, entrepôts...), - temps de préparation, - temps de fraud check ou délai de rétractation pour le client, - jours/horaires de ramasse pour chaque transporteur dans chaque point de stock, - capacités de transport pour chaque transporteur, - temps de transport pour chaque route de transport (jusqu'à la maille du code postal), - jours de transports, - gestion du same-day delivery avec prise en compte des stocks des magasins proches de la destination, - etc.
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui. OneStock peut traiter les commandes de réapprovisionnement des magasins. Cependant OneStock ne calcule les besoins de réapprovisionnements.
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Notre application magasin est une application Web Responsive, elle peut fonctionner sur n'importe quel device avec un navigateur internet. Elle est généralement utilisée en : caisse, borne/kiosque, tablette, smartphone, terminaux durcis (Zebra), TPE Android...
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	ManoMano, Amazon, Farfetch, la Redoute, Otto...

ONESTOCK

34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Non mais l'OMS se connecte à des moteurs de promotion
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Le moteur d'orchestration OneStock utilise l'apprentissage automatique pour optimiser la sélection des emplacements de stock les plus appropriés. OneStock évalue automatiquement des critères dynamiques sur chaque emplacement de stock pour mesurer la rapidité, la fiabilité et la charge de travail de l'emplacement de stock. Sur la base de ces critères et de la configuration définie par le détaillant, l'algorithme ajuste la sélection des emplacements de stock pour favoriser les emplacements de stock les plus appropriés. L'algorithme s'ajuste automatiquement en fonction des performances réelles des magasins/entrepôts. Nous intégrons également l'IA générative pour optimiser l'affichage de certains messages contextuels aux utilisateurs. Nous avons plusieurs projets en cours autour de l'IA générative : chatbot d'assistance à la configuration, assistant de développement utilisant les APIs OneStock, etc. Et également utilisant le machine learning (deep learning) pour l'intégrer dans le calcul de la Delivery Promise.
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui, les interfaces OneStock sont des applications full web. L'application magasin est totalement responsive, utilisées à la fois sur desktop, tablette, PDA, téléphones par plusieurs de nos clients. Elle est également compatible avec les lecteurs de code-barre. Tout cela sans aucune installation requise, en mode full web.
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	11 langues et toutes les devises. Une module de traduction assistée permet de traduire facilement la solution dans une autre langue.
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	OVH et GCP
	Observations / Commentaires	

OCTIPAS

1	Raison sociale et groupe éventuel	OCTIPAS, marque du Groupe ChapsVision
2	Pays d'origine de l'éditeur	France
3	Nom de votre OMS	L'Order Management System d'Octipas
4	Année de lancement de votre OMS	2019
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	France : 1000
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	25 pays dont la Chine
7	Chiffre d'affaires 2022 en France et dans le monde (France incluse) (ou dernier exercice)	N/C
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (Optimisations, bonnes pratiques...)	Oui, nous fournissons des conseils à nos clients en matière d'omnicanal grâce à notre expertise dans ce domaine depuis 2014.
9	Editez-vous d'autres solutions que l'OMS ?	Oui : Le groupe ChapsVision propose aux entreprises à forte empreinte data (Retail, Finance, Transports, Services publics...), un portefeuille de solutions complémentaires qui servent au service de l'engagement client : CRM Force de vente et Service Client, Marketing Automation, Commerce Unifié (Order in Store, Web to Store, Clienteling Premium, Inventaires), Market intelligence (Veille concurrentielle) et Speech intelligence (Transcription audio en texte), Notico (logiciel pour optimiser la gestion du dernier kilomètre) et un système d'exploitation souverain de la donnée (Argonos) permettant d'extraire de la valeur à partir de gros volumes de données hétérogènes et de résoudre des problèmes analytiques complexes de manière efficace et sécurisée.
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Intégration via Chapsvision ou via partenaire intégrateur

OCTIPAS

11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanaux</u> en France et dans le monde	Plus de 15 enseignes
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	12530 points de vente (incluant la Chine)
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	JD Sports, Royal Quartz, The Kooples
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Retail (Mode, Bijoux & Montres, Beauté, Maison, décoration,...), Premium Luxe, Retail spécialisé (Feu Vert par exemple, Mr Bricolage), GMS (Marjane, ...)
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	> 20 millions d'euros
16	A quelle volumétrie de commandes de l'enseigne s'adresse votre plateforme ?	Pas de min. de volumétrie de commandes. Notre OMS est conçu sur une architecture technique micro-services Lambda en capacité de prendre un volume illimité de commandes simultanées en temps réel.
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : N/C. Licence / abonnement : N/C
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Module Front : - E-resa, - Click and collect, - Promesse temps réel, - back in stock, - Real time stock in store, - interface de gestion des retours. Module Back Office : Moteur de L'OMS / - Stock unifié : (centralisation du stock en un point unique : boutiques, corner, franchisés, entrepôt central, marketplace, stock incoming, en transit,...) / Web to Store : e-resa, ISPU (Instrore pick-up), Click & Collect, Ship from store express (livraison 24h) / Orchestration intelligente : -- gestion des emplacements : selon la localisation du magasin, sa taille, des seuils critiques...), gestion des produits : règles en fonction du prix min., de la saisonnalité..., gestion des délais, des périodes (ouverture des

OCTIPAS

		services de C&C, e-reservation...), Gestion des stocks : aléatoire, rotation, rapidité de préparation, plus stocké, concurrentiel,, Priorité d'orchestration : Distance, score, cout de livraison, délai de livraison, stock cible, ... Activation / désactivation du split avec seuils / Mise en compétition / PickPackShip multi order / Promesse temps réel / Empreinte carbone / Retour & Remboursement omnicanaux (Online / InStore) / Gestion des commandes fournisseur / Génération des commandes réappro / Interface analytiques – Etc/
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous	Oui, Digital InStore (tablette vendeurs), Gestion de stock magasin (réception merchandise, transfert de stock, inventaire, étiquetage, ...), gestions des fournisseurs,

OCTIPAS

		gestions des commandes réappro, Solution de caisse magasin, ...
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Oui
23.3	- Système de paiement omnicanal	Oui
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour ? (exemples de prestataires)	Plus de 10 : Colissimo, Chronopost, UPS, DPD, mondial relai, Transporteurs internationaux via Global-E, TMS, ...
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui, SaaS
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	100%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ ETL intégré 2/ capacité de rejouer une action unitaire en 1 clic 3/ Interface moderne et intuitive
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/2025 ?	Gestion des tickets magasins, picking multi commande intelligent, nouvelles règles, intégration de l'IA (Via ChapsLab), ...
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Disponibilité, type d'emplacements, délai, coût, réattribution automatique, caractéristique produit, Stocks, split de commandes, seuil, mise en compétition, priorité intelligente, emprunte carbone...
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Stocks, seuil, limite, délai, horaire magasin, emprunte carbone, stocks cible, réactivité magasin, ...
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui

OCTIPAS

31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Tous les équipements
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Multiples soit en direct soit via agrégateur
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui, selon les règles mises en place par enseigne
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Non
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Oui, notamment sur l'Analytics avec la volonté de l'intégrer de plus en plus. ChapsVision dispose d'une équipe dédiée le ChapsLab composé d'une centaine d'ingénieurs. Ce laboratoire d'Intelligence Artificielle a vocation à développer des briques d'IA utilisées par les solutions du groupe ChapsVision ou de nos clients.
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	10+
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	AWS
	Observations / Commentaires	

ORACLE

1	Raison sociale et groupe éventuel	Oracle
2	Pays d'origine de l'éditeur	USA
3	Nom de votre OMS	Oracle Order Management Cloud
4	Année de lancement de votre OMS	2011
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	France : NC / Total monde : 164000
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	175 pays
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA France : nc / CA total monde : 53Mds\$

ORACLE

8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quels(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres logiciels : ERP, EPM, APS, TMS, WMS, CRM, HCM, Analytics, Global Trade, PLM, etc...
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanaux</u> en France et dans le monde	Clients Michelin North America, Office Depot, Rico, Western Digital, Wolseley, Alcar, Raja Group, Cleveland Golf / Total monde : 125
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	En France : nc /Total Monde : nc
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Tramontina, The Wonderful Company, Kersia
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Industrie Manufacturière, Logistique, Distribution
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	Au-dessus de 300 millions Euros de CA
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	Plus de 30 000 lignes /Heure
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : 6 semaines minimum. Abonnement incluant support et maj trimestrielles : à partir de 7,5K€/mois
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Order Management Cloud, Global Order Promising Cloud, Configurator, Entreprise Contract, Transactional Business Intelligence. Order Management est le prérequis pour les autres services SaaS
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Non
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Non

ORACLE

23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Oui
23.3	- Système de paiement omnicanal	Oui
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Oui
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	Rest webservice disponible pour intégration
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui partiellement
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	100%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ Vision consolidée de l'approvisionnement multi-sources et puissant moteur d'Order Promising 2/ Definition de process d'orchestration flexible 3/ Moteur de Pricing et de Configuration Intégré
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	New Redwood user interface, convert pdf PO to order using AI, pre-payments, Event Based repricing ...
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Moteur de règles entièrement paramétrable
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Non, mais il existe un outil (order backlog) permettant de reprioriser et replanifier le portefeuille de commande en fonctions de la disponibilité
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Disponibilité stock et attendu, simulation de nouvel approvisionnement, délai d'approvisionnement, de fabrication, de livraison, calendrier d'expédition, de réception client, de transports, capacité de production et fournisseur.
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui, le service Oracle Replenishment Planning (intégré dans Demand Management) est en charge de cette fonction
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	L'OMS s'intègre avec les solutions de picking des magasins ou des entrepôts
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Tablette tactile
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Aucune
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui

ORACLE

35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Oui : convert pdf PO to order using AI. Ces technologies sont également utilisées sur notre plateforme E-Commerce qui peut être couplée avec l'OMS.
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui, interface « responsive design » permettant son utilisation sur PC, tablette, mobile.
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	35
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	Oracle
	Observations / Commentaires	

PLANET

1	Raison sociale et groupe éventuel	Planet
2	Pays d'origine de l'éditeur	Royaume Uni
3	Nom de votre OMS	Planet Unified Commerce
4	Année de lancement de votre OMS	2017
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	3000 employés (France : 300)
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	7
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	Nous ne fournissons pas ce type d'information
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui : online payment gateway, in-person payment gateway, tax refund, DCC, acquiring, PMS
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui mais un intégrateur peut également le faire
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	France : 60 / Total Monde : 65
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	France : 20 000 / Total Monde : 25 000
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Botanic, Office Depot, Group digital
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Mode et accessoires, culture et jouets, cosmétique, optique et médical, sport, bricolage, chocolatier
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	50M€ > 1Mrd€
16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	Minimum 500 commandes par mois, pas de maximum (pics clients de 500 000 commandes / mois).
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : 15K€. Licence / abonnement : 9K€/an
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Unified datahub : module permettant d'interconnectant notre OMS avec le SI du retailer. Order management system : module permettant de gérer et d'orchestrer de façon centralisée les commandes ainsi que les retours, tout intégrant une application de fulfillment pour les magasins et les entrepôts. Unified Shopping experience : API permettant de constituer une expérience d'achat de bout en bout (Promesse de livraison, Catalogue, Panier, Checkout). Accélérateur order in-store : Application vendeur, permettant de vendre n'importe quel stock dans n'importe quelle

PLANET

		méthode de delivery. Application disponible sur web ou mobile , pouvant intégrer nativement le paiement ou complémentaire au POS, pour utiliser les modes disponibles sur le POS. Oui, ils sont déployables à la carte
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Accélérateur order in-store : Application vendeur complémentaire au POS , permettant de vendre n'importe quel stock dans n'importe quelle méthode de delivery. Marketplace online de magasin : solution de commerce unifiée composable permettant aux coopérative de mettre en ligne leur site e-commerce en intégrant toutes leurs capacités omnicanales et leurs complexités induites par leur modèle de distribution
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Oui
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Oui
23.3	- Système de paiement omnicanal	Oui
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non (en partenariat)
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	Nous proposons des connecteurs avec des solutions TMS (agrégateur de transporteur)
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	100%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ Nous enrichissons l'expérience client sur n'importe quels canaux, en tirant profit du stock

PLANET

		des magasins (Click and collect, e-réservation, Express delivery depuis les magasins, stock unifié), grâce à nos API dédiés à la promesse (promesse produit, promesse panier) 2/ Nous offrons un orchestrateur intelligent permettant à tout moment aux retailers d'adapter leur stratégie logistique en fonction du contexte, tout en optimisant le process de fulfilment, afin de minimiser l'annulation de commandes 3/ Nous permettons aux retailers de suivre l'apport des magasins dans son business, tout en supervisant leur efficience au niveau du process de fulfilment
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/ 2025 ?	Qualité de service des magasins : enrichissement des KPI afin de superviser l'efficience des magasins. Multiple assignation : process permettant d'assigner une commande à de multiples magasins afin de maximiser le délai de prise en charge. Réapprovisionnement d'un entrepôt pour livraison à domicile : process permettant de consolider dans un même entrepôt plusieurs produit avant l'envoi au client afin de réduire les couts logistiques. Process de retour : amélioration continue du process de retour omnicanal, afin de faciliter la prise de retour de commandes depuis n'importe quel canal
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Conditions sur les attributs des magasins. Conditions sur les attributs produit. Dernière affectation. Entrepôts spécifiques. Transporteurs spécifiques. Type d'entrepôt. Distance du lieu de livraison. Montant total TTC. Pourcentage des produits en stock dans l'entrepôt. Pourcentage des produits gérés par l'entrepôt. Taux de rotation de stock. Nombre de commandes préparés dans la journée
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Stock unifié ; horaire des magasins ; calendrier transporteur ; disponibilité du produit en stock ; empreint carbone ; délai de préparation ; stock de sécurité ; nombre de commandes préparés dans la journée ; process de réapprovisionnement
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Oui
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui

PLANET

32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Application Android (mobile, tablette) Web browser (mobile, tablette, PC)
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Toutes, par le biais d'agrégateurs de flux (Lengow et Shopping feed)
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Non
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Non
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	5 langues (français, anglais, espagnol, italien, allemand)
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	Google Cloud Platform
	Observations / Commentaires	

SHIPPINGBO (FACILECOMM)

1	Raison sociale et groupe éventuel	Facilecomm
2	Pays d'origine de l'éditeur	France
3	Nom de votre OMS	Shippingbo
4	Année de lancement de votre OMS	2016
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	France : 90
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	Plusieurs pays en Europe et Asie
7	Chiffre d'affaires 2022 en France et dans le monde (France incluse) (ou dernier exercice)	-
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres solutions que l'OMS ?	Oui : WMS et TMS
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	2000
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	+ de 2000 entrepôts / points de ventes
13	Qui sont vos derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Decathlon, Café Royal
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Tous types de secteur
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	Toutes tailles
16	A quelle volumétrie de commandes de l'enseigne s'adresse votre plateforme ?	Tous types de volume
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	19€ HT/mois
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	Centralisation des commandes ; Synchronisation des stocks ; Notifications mail / sms ; Aiguillage intelligent des commandes ; Mono-entrepôt ou multi-entrepôts. Oui, ils sont déployables indépendamment
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui

SHIPPINGBO (FACILECOMM)

20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous	Oui WMS et TMS
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Non
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non
23.3	- Système de paiement omnicanal	Non
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour ? (exemples de prestataires)	+ de 40 (Colissimo, Chronopost, DPD, DHL, GLS, Prime, Delivengo, TNT...)
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	Oui
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui

SHIPPINGBO (FACILECOMM)

24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	100%
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ OMS centré sur la satisfaction consommateur 2/ L'agilité et l'intelligence dans l'aiguillage de la commande et dans la manière d'adresser du stock localisé au consommateur 3/ + de 200 connecteurs plug & play
26	Évolutions de votre OMS prévues en 2024/2025 ?	Dropshipping / retail / Outil de génération de facture multi canal de vente / Nouveau système de recherche de commande
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	- En fonction des produits - Disponibilité du stock - Priorisation de l'entrepôt - Adresse de la livraison du consommateur - Typologie de commandes
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Non
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Récupération des commandes en temps réel et aiguillage automatique des commandes (réduction délais de livraison)
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	En cours
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Oui : borne, tablette tactile, mobile...
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	+ de 75 Marketplaces
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Non
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Non mais aiguillage de commandes intelligent
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui

SHIPPINGBO (FACILECOMM)

39	En combien de langues la solution est-elle disponible	Français et Anglais
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	AWS
	Observations / Commentaires	

SOCLOZ (SAVOYE)

1	Raison sociale et groupe éventuel	SAS, Groupe Savoye (actionnaire Groupe Noblelift coté à la bourse de Shanghai)
2	Pays d'origine	France
3	Nom de votre solution OMS	Socloz
4	Année de lancement de votre OMS	2017
5	Effectifs en France / Total dans le monde	France : 67
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	18 pays
7	Chiffre d'affaires 2023 (dernier exercice, en €)	14,5 millions d'€
8	CA logiciel 2023 (en €)	Idem
9	Editez-vous d'autres solutions que 'omnicanales' ? Si oui, précisez : ERP, SCM, CRM, EDI...	Oui, un POS mobile
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Oui
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanaux</u> en France et dans le monde	France : 160 / Total monde : 200
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	Total : 25600 / France : 20600 / Monde : 5000
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Pain de Sucre, Kookai, Sud Express
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Retail : Fashion, chaussures, accessoires, équipement de la maison
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	+ de 100 millions de CA
16	A quelle volumétrie de commandes de l'enseigne s'adresse votre plateforme ?	A minima 500 000 € de CA
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	Mise en place : 10 à 120 K€. Licence / abonnement : à partir de 12 K€ / an
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables indépendamment ?	OMS à la carte permettant de déployer tout ou partie des scénarios / fonctionnalités en fonction de la maturité du client. Les modules : ; OMS pour l'e-commerce et / ou pour les commandes passées en magasin (via le POS mobile) ; Module gestion des stocks en temps réel ; Module gestion des commandes omnicanales en magasin (Store management Système) ; Module gestion des commandes en mobilité (application mobile native) ; Module Gestion des retours en magasin ; Module gestions des commandes btob (réapprovisionnement, transfert) ; Prochainement : module inventaire ; Module POS mobile : encaissement mobile ; Module Prise de commande avec la gestion des paniers mixtes (prise de commande et vente à

SOCLOZ (SAVOYE)

		emporter sur le même ticket) ; Module Clientelling
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi optimisé des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Oui
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui
23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez lesquels ci-dessous	Oui pour inter-connexions vers des tiers (ERP, PIM, CMS, POS, ...) via modules ou extensions
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS, mPOS) ?	Oui, mPos
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Non (connecteurs avec Magento, SFCC, Prestashop, Shopify etc..)
23.3	- Système de paiement omnicanal	Non (via Axis/Ingenico, Adyen, Hipay et Dalenys)
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui / Non, uniquement pour suivre les statistiques des commandes et des différentes orchestrations. Pas de BI en libre-service pour le moment.
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Non, (connecteur avec Quable, Akeneo etc...)
23.6	- Votre OMS fonctionne-t-il avec des modules complémentaires (ci-dessus) d'autres éditeurs ?	Non. Les modules sont pour le moment développés en interne en mode projet.
24	Votre logiciel est-il proposé 'on-premise' ?	Non (uniquement en SaaS)
24.1	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)? Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui. Mode SaaS uniquement. Architecture Microservices et Event Driven
24.2	Part de vos clients OMS en mode Cloud ?	100% SaaS
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ Acteur majeur de l'OMS B2C – un fonctionnel poussé et une profondeur fonctionnelle large 2/ Une interface vendeur complète pour gérer tout l'omnicanal de manière simple et ergonomique (encaissement, préparation commandes, remise, Clientelling retour, etc.) notamment en mobilité - app native 3/ Une expertise éprouvée dans l'intégration de la solution dans les SI

SOCLOZ (SAVOYE)

		(ERP, Caisse : Cegid, Dynamics, Fastmag, etc...et des CMS).
26	Prochaines évolutions de l'OMS en 2024/2025?	Orchestrations conditionnées plus poussées, BtoB,...
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Selon : Le stock le plus complet en valeur ou en nombre d'articles ; La rotation des stocks ; La profondeur en stock ; L'orchestration Conditionnée, Etc. Plus de 20 règles d'orchestration.
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Oui
29	Les articles commandés chez le fournisseur ou en transit sont-ils commandables en ligne ou en magasin ?	Oui
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Non (le donneur d'ordre reste l'ERP)
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Ordinateur, tablette, smartphone, Lecteur 2D, Chrome Book (Tout équipement embarquant un navigateur ou un OS Android)
33	Quelles sont les grandes places de marché déjà connectées à votre solution ?	Nous passons par des agrégateurs.
34	Les commandes peuvent-elles être modifiées voire annulées par le client via tous les canaux ?	Oui
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui (mais pilotées via un moteur d'opérations commerciales)
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Non
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui. Mais également via une app Android native et hybride pour de l'interfaçage avancé avec du matériel.
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	9 langues
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	Microsoft Azure (cloud public), Claranet (cloud privé)
	Observations / Commentaires	

VTEX

1	Raison sociale et groupe éventuel	VTEX Commerce Cloud Solutions LLC
---	-----------------------------------	-----------------------------------

VTEX

2	Pays d'origine de l'éditeur	Brésil
3	Nom de votre OMS	VTEX OMS
4	Année de lancement de votre OMS	1999
5	Effectifs en France et total monde (<u>France incluse</u>)	Effectif France : 12. Effectif total monde : 1277
6	Dans combien de pays votre OMS est-il déployé ?	43
7	Chiffre d'affaires France 2023 (dernier exercice) et total dans le monde en incluant la France	CA total monde 2023 : 201,5M\$ €
8	Proposez-vous des services de conseil en matière d'omnicanal ? (optimisations, bonnes pratiques...)	Oui
9	Editez-vous d'autres logiciels que l'OMS ? Si oui, précisez le(s)quel(s) (ERP, APS, TMS, WMS etc.)	Oui. Autres logiciels : Suite Commerce composable complète : E-commerce B2C, E-commerce B2B, Marketplace, Pick&Pack, CMS Headless, Search.
10	Assurez-vous l'intégration de votre solution OMS ?	Non
Base installée et cible		
11	Nombre d'enseignes clientes de votre OMS <u>en parcours omnicanal</u> en France et dans le monde	Total monde : 2600
12	Nombre de points de vente équipés de votre OMS en France et dans le monde	Total Monde : 3500 sites. 6.6 milliards de \$ transitent par l'offre de commerce collaboratif de VTEX (OMS+Marketplace), en hausse de 40% sur la période 2021-2024
13	Qui sont vos 3 derniers clients déployés (en France de préférence) ?	Groupe Agéas (Portugal), OBI (Allemagne), Keune Cosmetics (Pays-Bas)
14	Principaux secteurs d'activité de vos clients ?	Grande distribution, Retail & E-commerce (Fashion, Cosmétiques, Bricolage), CPG/FMCG, Automobile, Industrie manufacturière
15	Quelle taille de clients visez-vous en priorité ? (fourchette de CA ou d'effectif)	100 millions € CA total de l'entreprise ou du groupe

VTEX

16	A quelle volumétrie de commandes du client s'adresse votre plateforme ?	VTEX s'adresse aux grands volumes de vente. Chiffre indicatif, à pondérer en fonction du secteur, de la récence du site et du modèle de vente : Grand minimum de 10 millions € de GMV en ligne (volume de vente transitant par le site)
17	Investissement minimum pour s'équiper ?	TCO (licence + implémentation) : 250k à 2M € selon complexité du projet
Caractéristiques générales de votre OMS		
18	Quels sont les principaux modules de votre OMS ? - Sont-ils déployables 'à la carte' ?	NC. Déployable à la carte : Non
19	Gestion unifiée des stocks ? (Entrepôts, stocks magasins, stocks fournisseurs et drop-shipping)	Oui
20	Orchestration distribuée des commandes offline et online (DOM) ?	Oui
21	Suivi temps réel des commandes par le retailer et le client ?	Oui
	Scénarios omnicanaux disponibles en standard :	
22.1	- e-reservation ?	Fonctionnalité native de pré-commande (pre-ordering) et développement spécifique possible
22.2	- Ship from store ?	Oui
22.3	- Click & Collect (BOPIS) ?	Oui
22.4	- Achat en ligne et retour en magasin (BORIS) ?	Oui
22.5	- Gestion des retours en "return to anywhere" ?	Oui
22.6	- Extension de gamme (Order in store/endless aisle)?	Oui
22.7	- Gestion de la collecte en Drive (curbside pickup) ?	Oui

VTEX

23	Editez-vous des modules complémentaires de l'OMS ? Si oui, précisez ci-dessous :	Oui. Solution de pick&pack : https://content.vtex.com/fr/pick-and-pack/
23.1	- Encaissement fixe et mobile (POS et mPOS) ?	Non mais intégration simplifié via différent protocoles : https://developers.vtex.com/docs/guides/payments-integration-ppp-applied-to-pos
23.2	- Solution de e-commerce (webstore) ?	Oui
23.3	- Système de paiement omnicanal	Oui
23.4	- Plateforme Analytics / Big Data	Oui et préintégration avec différents partenaires : https://help.vtex.com/tutorial/how-to-setup-google-analytics-in-vtex-store--G2P0rmSrEiqCcmUMyUUwG
23.5	- Solution PIM (Product Information Management) ?	Solution de gestion catalogue native et intégration avec les PIM du marché : https://developers.vtex.com/docs/guides/erp-integration-guide
23.6	- Livraison : Combien de transporteurs sont intégrés à ce jour et qui sont les principaux	Plus de 90
24	Votre logiciel est-il proposé en mode SaaS (ou IaaS)?	SaaS
24.1	Si oui, son architecture est-elle en micro-services ?	Oui
24.2	Part de vos clients OMS Cloud ?	La quasi totalité des clients
25	Citez 3 points forts différenciants de votre OMS	1/ OMS natif intégré à une solution eCommerce complète, décomposable 2/ Certifiée MACH Alliance (microservices, API-first, cloud-native SaaS, headless) 3/ Solution nativement développée pour le B2C et/ou B2B
26	Evolutions de votre OMS prévues en 2024/2025 ?	1/ « Améliorations de l'OMS » : Amélioration de l'interface et communications liées aux modifications de commandes pour les marchands et les consommateurs, prise en charge totale des quantités à peser, données commandes en temps réel dans le back office, recalcul automatique des frais de livraison lors des modifications, équilibrage automatique des répartitions des commandes auprès des

VTEX

		vendeurs, intégration des délais de dropshipping et manufacture précis à la livraison (option disponible par SKU), 2/ « Promesse de livraison » : adapter la disponibilité affichée en temps réel en fonction de la localisation de livraison exacte (navigateur) et du moment de livraison (y compris "le jour même") 3/ « Améliorations Pick & Pack » : personnalisation de la localisation à l'intérieur de l'entrepôt, disponibilité offline de VTEX (face aux mauvaises connexion internet), règles de picking automatisées ultra-personnalisées
Quelques précisions sur votre OMS		
27	Quelles sont les principales règles d'orchestration des commandes ?	Disponibilité, emplacement, délai, coût... Déployez des scénarios de fulfillment complexes quelque soit les points de stockage (magasins, entrepôts, franchises, partenaires ou fabricants) et quelque soit le point de vente (en ligne, magasin propre, franchisés, POS temporaire, vendeur en magasin ou représentant B2B)
28	En cas d'imprévu, le réacheminement des commandes est-il automatique ?	Possibilité de reporter les commandes sur d'autres vendeurs ou de créer une logique de réacheminement via custom app.
29	Quels sont les principaux paramètres pris en compte pour optimiser la promesse de livraison ?	Distance de livraison, prix de la livraison. Méthodes de livraison (click and collect ou home delivery).
30	L'OMS optimise-t-il le réapprovisionnement des magasins ?	Non
31	L'OMS gère-t-il le picking et la préparation des commandes en magasin ?	Oui via l'application pick pack.
32	Sur quels équipements fonctionne votre OMS en magasin : borne ? tablette tactile ? mobile ? ...	Borne, tablette, app mobile et tout autre interface déployable (Zebra) grâce aux principes MACH
33	Quelles grandes marketplaces sont connectées à votre solution ? (stocks synchronisés)	Amazon, Meta, TikTok, Google, Pinterest, Shoppingfeed, Lengow, Channel Engine, Cymbio, Glovo, Magalu

VTEX

34	Les commandes peuvent-elles être modifiées / annulées par le client via tous les canaux ?	Oui, ceci acceptant que les canaux externes à VTEX soient intégrés à notre solution ecommerce.
35	L'OMS gère-t-il les promotions ou remises clients personnalisés ?	Oui
36	Votre OMS gère-t-il les commandes BtoB ?	Oui
37	Utilisez-vous des technologies à base d'IA/ de Machine Learning ? Si oui, pour quels processus ?	Oui
38	Interface utilisateur en technologie « full web » ?	Oui
39	En combien de langues la solution est-elle disponible	Plusieurs langues allant de l'anglais, français, allemand, espagnol, portugais, italien au japonais.
40	Qui est votre hébergeur Cloud ?	AWS
	Observations / Commentaires	VTEX (NYSE : VTEX) est la plateforme de commerce composable complète qui offre de meilleurs rendements et allège la maintenance des entreprises soucieuses de moderniser leur technologie e-commerce via des investissements IT intelligents. Grâce à notre approche pragmatique du composable, nous offrons aux marques, aux grossistes et aux retailers une flexibilité sans égal et un socle technologique complet. Cela leur permet d'investir seulement dans les différenciateurs clés qui stimulent leur rentabilité. VTEX a la confiance de 2600 clients internationaux B2C et B2B, parmi lesquels Carrefour, Colgate, Motorola, Sony, Stanley Black & Decker et Whirlpool, qui possèdent 3500 possèdent de 3 500 boutiques en ligne, actives dans 43 pays (exercice clos du 31 décembre 2023). Pour plus d'informations, visitez www.vtex.com . VTEX ne divulgue pas de chiffres par pays mais seulement par région du monde (Brésil, LATAM, Amérique du Nord et Reste du monde)

