

# Morrisons fait appel à l'expertise de Xerox pour de nouvelles idées de communication avec ses clients



« Xerox comprend le commerce de détail. Le groupe comprend l'importance de livrer du travail de qualité sur le lieu de vente et de répondre systématiquement à nos demandes. »

– Richard Lancaster  
Directeur du marketing, Morrisons

## Contexte

Morrisons, l'une des quatre chaînes de supermarchés les plus importantes du Royaume-Uni, offre des produits frais au rapport qualité/prix exceptionnel à plus de 11 millions de clients par semaine dans ses 430 magasins.

Le marketing est une mission essentielle de Morrisons, pour communiquer avec les consommateurs et gérer sa proposition de marque unique, fondée sur le rapport qualité/prix, la fraîcheur et le service.

La publicité média à la télévision et dans la presse attire les consommateurs dans les magasins Morrisons par des offres très intéressantes ; des matériels promotionnels sur les lieux de vente assurent une animation dans les magasins, aident les consommateurs à se diriger et favorisent la vente. En magasin, les documents de PLV imprimés doivent toujours être d'une qualité parfaite. Les couleurs de la marque doivent être correctes sur tous les articles et la représentation visuelle doit être identique.

Le marketing de détail est une activité dynamique et sans répit. Les campagnes doivent être livrées chaque semaine, à temps et à des centaines de magasins ; de nombreuses campagnes sont planifiées à l'avance, mais certaines sont créées de manière tactique, dans des délais rapides, pour réagir à la concurrence et favoriser la marque. Le concept d'exécution sur le lieu de vente est régulièrement mesuré en heures et en jours, et non en semaines.

## Le défi

Une campagne réussie exige la coordination de plusieurs équipes, dont les équipes de vente et de marketing de Morrisons, avec des agences de création extérieures et des imprimeurs.

Bien que les campagnes Morrisons aient précédemment réussi en termes de croissance, le processus était clairement fastidieux et ne fournissait que des informations de gestion limitées en soutien aux décisions de marketing et à l'amélioration des processus. Il existait un désir d'augmenter la flexibilité, pour produire des résultats en quelques jours systématiquement, tout en contrôlant entièrement les budgets et les processus.

L'entreprise sentait qu'elle pouvait progresser, comme l'explique Richard Lancaster, directeur du marketing : « Nous voulions mieux connecter nos partenaires de chaîne de distribution pour les campagnes, avoir une visibilité en temps réel sur l'activité, pour aider à l'information sur les processus et identifier les moyens de réduire les coûts, sans compromettre nos exigences de qualité et de durabilité. »

# Augmenter la flexibilité, tout en contrôlant entièrement les budgets et les processus

## Des campagnes livrées en quelques jours, dans les temps et dans les limites budgétaires

### La solution

Déjà partenaire dans le cadre des services documentaires, Xerox a relevé le défi de travailler avec Morrissons, pour améliorer d'un bout à l'autre le processus de livraison d'imprimés.

« Xerox comprend le commerce de détail », déclare Richard Lancaster. « Le groupe comprend l'importance de livrer du travail de qualité sur le lieu de vente et de répondre systématiquement à nos demandes. »

En répondant aux besoins de Morrissons, Xerox a déployé un service de conseil sur les lieux de vente, avec une équipe d'experts en imprimerie et des acheteurs, pour que toutes les campagnes soient spécifiées et produites pour le meilleur impact, au coût le plus bas possible. À l'aide d'un outil de collaboration basé sur le Web, toutes les parties prenantes ont désormais un aperçu de la progression, des problèmes et des coûts en temps réel de chaque campagne. Cet outil fournit des informations de gestion très précises, permettant ainsi d'identifier et de traiter les goulots d'étranglement et autres problèmes ; le système intégré de gestion de l'actif numérique améliore le contrôle qualité et la conformité aux spécifications de la marque.

Xerox gère désormais de bout en bout les processus d'impression et d'optimisation des commandes pour Morrissons, en couvrant l'impression sur le lieu de vente, de matériels, étiquettes, publications et autres documents destinés aux bureaux. Le service comprend le conseil sur la meilleure impression et les solutions de point de vente au détail, l'approvisionnement du service d'impression, la gestion des stocks, le contrôle des couleurs et de la qualité, l'emballage et la collation spécifique du magasin (pour obtenir les bonnes quantités par magasin et réduire le gaspillage).

**À propos des Services de Xerox.** Xerox est l'un des leaders mondiaux en matière de processus métier, de technologie de l'information et de services de gestion documentaire. Alliant l'expertise et des capacités opérationnelles au niveau mondial, nous vous permettons de réduire vos coûts, de rationaliser vos processus opérationnels, d'améliorer vos résultats afin de concentrer vos efforts sur ce que vous faites de mieux : votre cœur de métier.

**Pour toute information complémentaire sur la façon dont nous pouvons vous aider, veuillez consulter le site [www.xerox.fr/services](http://www.xerox.fr/services).**

### Les résultats

Le service Xerox® se fonde sur un processus d'approvisionnement en tête de son marché, avec des campagnes de haute qualité livrées en quelques jours, à temps et dans les limites budgétaires. Les données de gestion alimentent les améliorations du processus global et permettent un meilleur rendement dans tous les domaines ; d'importantes économies ont été réalisées sur les coûts en quatre ans. Le gaspillage a été réduit de manière significative et les objectifs de durabilité, atteints, tous les matériels étant imprimés sur des supports entièrement recyclables. Morrissons bénéficie également d'un aperçu plus transparent du processus tout entier, y compris l'activité de l'agence, et rationalise ainsi davantage ses propres processus tout en étendant son contrôle budgétaire.

Grâce à la gestion des campagnes par Xerox de bout en bout, Morrissons peut se concentrer sur ses objectifs marketing stratégiques. Richard Lancaster résume la valeur du partenariat :

« Morrissons réussit en dépassant les attentes de ses clients. Les clients attendent de nous que nous fournissions des articles de haute qualité à des prix toujours économiques sur lesquels ils peuvent compter ; nous en attendons autant de Xerox en termes de besoins d'impression marketing. Xerox est un partenaire expert sur lequel nous nous appuyons pour réaliser nos campagnes. Il nous permet de nous concentrer sur notre cœur de métier : fournir à nos clients des produits frais et un service de qualité. »

### Étude de cas - Aperçu

#### Le défi

- Produire et livrer les campagnes de marketing de grande qualité à des centaines de magasins en quelques jours – systématiquement
- Augmenter le rendement et réduire les coûts, en améliorant la visibilité sur la chaîne de distribution marketing de Morrissons et de ses fournisseurs marketing
- Atteindre les objectifs de durabilité

#### La solution

- Un service de conseil sur place, pour garantir une valeur maximale
- Un outil de travail collaboratif sur le Web, pour connecter toutes les parties prenantes de la campagne
- Informations de gestion détaillées
- Gestion de bout en bout par Xerox des processus d'impression et d'optimisation des commandes, y compris la gestion des stocks, le contrôle des couleurs et de la qualité, et la collation spécifique du magasin

#### Les résultats

- Des campagnes de haute qualité, livrées en quelques jours et dans les limites budgétaires
- Amélioration des processus et meilleur rendement
- Importantes économies sur quatre ans
- Durabilité améliorée, avec moins de gaspillage et utilisation de supports entièrement recyclables
- Capacité à se concentrer sur le cœur de métier, en laissant l'exécution à Xerox

