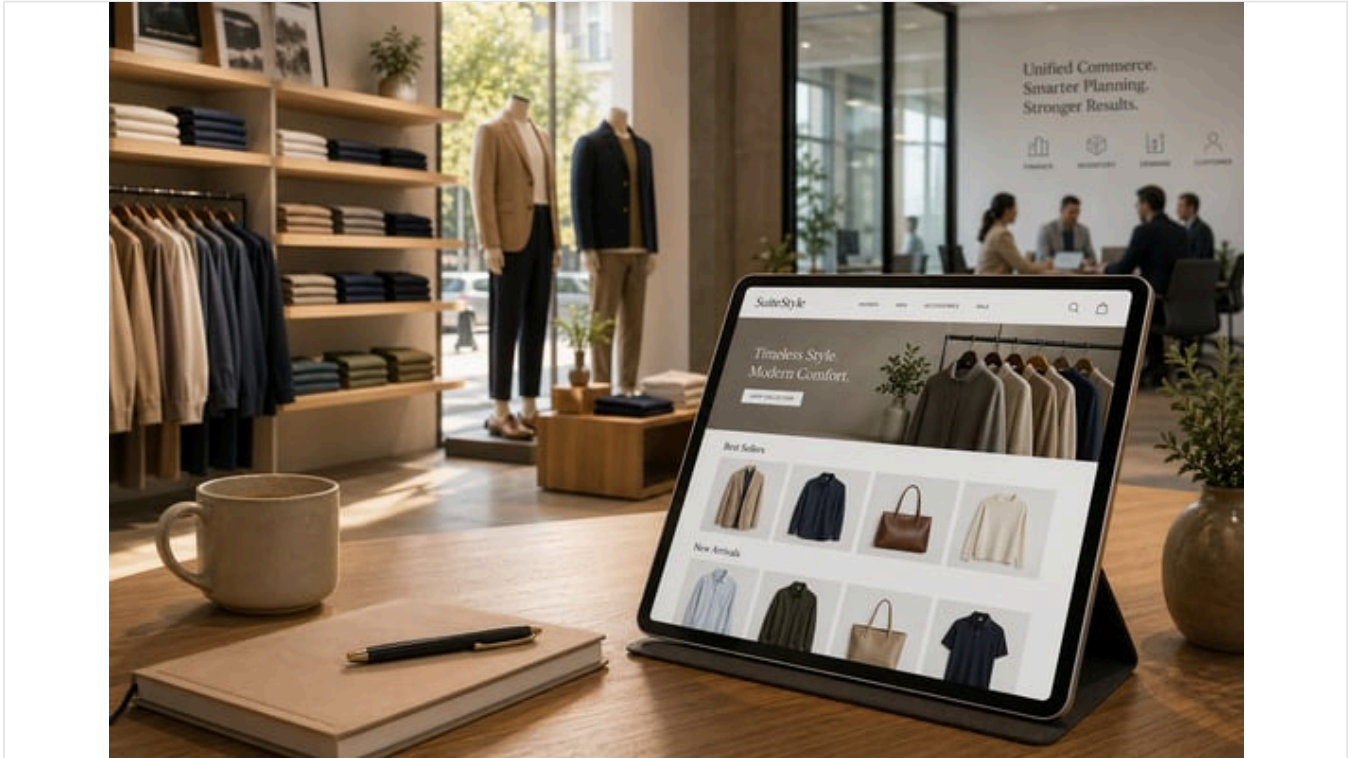


Guide de merchandising et de planification d'assortiment pour NetSuite

Publié le 29 avril 2026 20 min de lecture



Résumé analytique

Les entreprises de vente au détail s'appuient de plus en plus sur des plateformes ERP intégrées basées sur le cloud, telles qu'Oracle NetSuite, pour unifier les opérations de merchandising, de gestion des stocks et de planification à travers tous les canaux. NetSuite fournit un modèle de données unique englobant la finance, le CRM, les stocks, le commerce électronique et les points de vente, permettant aux détaillants de gérer les produits, les niveaux de stock et les ventes en temps réel (Source: www.prnewswire.com) (Source: www.mossadams.com). Cette approche unifiée améliore la visibilité des données et l'efficacité : par exemple, une étude de cas de Nucleus Research a révélé qu'une [implémentation de NetSuite](#) dans une entreprise de prêt-à-porter a augmenté le **taux de traitement des commandes par employé d'entrepôt de 275 %** et réduit les coûts d'exploitation annuels de 18 000 \$ (Source: nucleusresearch.com). Les détaillants déployant NetSuite bénéficient également d'analyses intégrées et d'informations basées sur l'IA ; récemment, NetSuite a lancé son « [Analytics Warehouse](#) » et des outils d'IA pour aider les détaillants à prévoir la demande et à affiner leurs assortiments (Source: www.prnewswire.com) (Source: www.techradar.com).

NetSuite prend en charge les fonctions essentielles de merchandising de détail (hiérarchies de catégories, promotions, affichages de produits en vitrine, etc.) et les outils de planification (planification de la demande/offre, réapprovisionnement) au sein de sa suite ERP (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com). Les merchandisers peuvent utiliser la fonctionnalité **Hiérarchie de marchandises** pour organiser les articles par départements, classes et styles afin d'identifier les tendances de vente et de planifier les assortiments (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com). Dans le [commerce électronique](#), les outils SuiteCommerce et Product Merchandising SuiteApp de NetSuite permettent aux éditeurs de définir des « zones de merchandising » (par exemple, *Produits en vedette*, *Ventes croisées*, *Meilleures ventes*) sur les pages Web, garantissant que chaque lancement de produit ou campagne est soutenu par des affichages ciblés sur le site (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com). Côté planification, **NetSuite Demand Planning** peut projeter les ventes futures en utilisant des méthodes telles que la régression linéaire ou les moyennes saisonnières, puis générer des commandes d'achat ou de production pour maintenir des niveaux de stock optimaux (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com).

Ce rapport fournit un examen approfondi de l'utilisation de NetSuite pour le merchandising de détail et la planification d'assortiment. Il couvre le contexte historique de l'ERP de détail, les fonctionnalités clés de NetSuite, des conseils de configuration étape par étape, des analyses basées sur les données et des études de cas. Nous explorons comment configurer le catalogue de NetSuite (articles, catégories, hiérarchies), activer la planification de la demande/offre et utiliser les outils de merchandising SuiteCommerce. Nous examinons également les données de performance et les expériences des utilisateurs démontrant l'impact de NetSuite sur l'optimisation des stocks, l'expérience client et la croissance. Enfin, nous discutons des limites, de l'intégration avec les outils d'IA émergents et des tendances futures de l'ERP de détail. Toutes les affirmations et descriptions sont fondées sur des sources crédibles (documentation Oracle/NetSuite, rapports sectoriels et communiqués de presse de l'entreprise).

Introduction et contexte

Dans le paysage actuel de la vente au détail, les entreprises opèrent sur plusieurs canaux (boutiques en ligne, magasins physiques, applications mobiles, places de marché) et zones géographiques, rendant l'unification des données et de la planification essentielle. Le **merchandising** de détail désigne l'organisation et la promotion des produits pour maximiser les ventes, y compris la manière dont les articles sont classés sur les étagères ou les pages Web, la façon dont ils sont regroupés ou vendus de manière croisée, et la gestion des promotions (Source: www.brightpearl.com). La **planification de l'assortiment** est étroitement liée, se concentrant sur la sélection du bon mélange de produits pour chaque saison ou emplacement et l'allocation des stocks en conséquence (Source: www.shipbob.com). Comme le note un analyste, une planification d'assortiment efficace signifie choisir les produits à stocker pendant une période donnée et les distribuer dans les magasins ou les canaux pour maximiser les profits (Source: www.shipbob.com).

Historiquement, les grands détaillants utilisaient des ERP hérités ou des solutions de détail spécialisées (comme Oracle Retail ou SAP for Public Sector) pour gérer l'approvisionnement, les stocks et les opérations en magasin. Ces systèmes plus anciens étaient souvent cloisonnés et coûteux, rendant toute réponse agile difficile. En revanche, les **solutions ERP cloud** promettent des données unifiées et une innovation plus rapide. NetSuite d'Oracle (désormais Oracle NetSuite) a été le pionnier de l'ERP cloud en 1998 et compte aujourd'hui plus de **37 000 clients** dans le monde (Source: www.prnewswire.com). Sa plateforme SuiteCommerce (lancée en 2012) et l'acquisition ultérieure d'actifs spécifiques au commerce de détail ont positionné NetSuite comme une solution de premier plan pour le marché intermédiaire. Gartner et les analystes du secteur notent que, pour de nombreux détaillants de taille moyenne, l'ERP cloud permet une *version unique de la vérité* à travers la finance, les stocks et les opérations (Source: www.mossadams.com) (Source: www.prnewswire.com).

Les détaillants adoptant NetSuite citent généralement quatre avantages : visibilité des stocks en temps réel, commerce omnicanal unifié, réapprovisionnement automatisé et analyses exploitables. Par exemple, une étude de Moss Adams souligne que la **gestion des stocks en temps réel** de NetSuite (dans les magasins, les entrepôts et en ligne) aide à maintenir les produits populaires en stock et à éviter les pertes de ventes (Source: www.mossadams.com) (Source: www.mossadams.com). De même, les communiqués de presse d'Oracle soulignent que NetSuite offre une « vue à 360 degrés de chaque transaction client » à travers les canaux, permettant des promotions personnalisées et des expériences d'achat fluides (Source: www.prnewswire.com) (Source: www.prnewswire.com). En coulisses, la base de connaissances SuiteAnswers de NetSuite souligne que la planification de la marchandise implique la prévision de la demande, le regroupement des produits en hiérarchies et l'utilisation d'analyses de vente – toutes des fonctionnalités que NetSuite prend en charge nativement (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com). Cependant, il est important de noter que NetSuite n'inclut pas de module dédié à la « planification d'assortiment » de la même manière que les services Oracle Retail Cloud. Au lieu de cela, les détaillants atteignent leurs objectifs d'assortiment grâce à des combinaisons de fonctionnalités NetSuite (planification de la demande, hiérarchie de marchandises, recherches enregistrées, etc.), souvent complétées par des scripts personnalisés ou des outils tiers. Néanmoins, pour les détaillants omnicanaux de petite et moyenne taille cherchant à rationaliser leurs flux de travail de merchandising, NetSuite fournit une plateforme complète. Ce rapport examine comment configurer et exploiter NetSuite pour les tâches de merchandising de détail et d'assortiment, quels résultats attendre et comment les améliorations émergentes basées sur l'IA façonneront l'avenir.

NetSuite et le merchandising de détail : aperçu des capacités

Commerce unifié et gestion des stocks

NetSuite est un **ERP basé sur le cloud** qui intègre toutes les fonctions commerciales de base – finance, gestion des commandes, CRM, RH et commerce – sur une base de données unique (Source: www.prnewswire.com). Pour les détaillants, cela signifie qu'un seul système régit à la fois les processus de back-office et les canaux front-end. Par exemple, SuiteCommerce (et SuiteCommerce Advanced) unifie le commerce électronique avec l'ERP de base de NetSuite, tandis que NetSuite Retail POS (anciennement **SuitePOS** ou « Retail Anywhere ») connecte le point de vente en magasin avec le même backend. Comme le souligne Oracle, les détaillants utilisant NetSuite bénéficient d'une « *solution de commerce unique qui s'étend du point de vente physique aux centres d'appels et au commerce électronique via une vitrine Web réactive* » (Source: www.prnewswire.com).

Un avantage clé est la **visibilité des stocks en temps réel**. Parce que NetSuite suit les stocks disponibles, les bons de commande entrants et les commandes des clients dans un seul système, il peut vous dire exactement où se trouve chaque SKU et ce qui est immédiatement disponible à la vente. Moss Adams souligne que les détaillants peuvent « gérer les stocks en temps réel sur plusieurs sites » avec NetSuite, garantissant que les articles populaires restent en stock, peu importe la façon dont les clients achètent (Source: www.mossadams.com). Ce support multi-sites – incluant le module NetSuite OneWorld – gère plusieurs entrepôts, filiales ou même des opérations internationales. Par exemple, OneWorld permet à une chaîne de vente au détail de gérer des points de vente aux États-Unis et dans le monde avec plusieurs devises et règles fiscales sur une seule plateforme (Source: www.dwr.com.au).

En consolidant les données, NetSuite résout automatiquement de nombreuses tâches manuelles. Il suit constamment les commandes clients et les niveaux de stock, de sorte qu'un responsable du réapprovisionnement voit toujours l'état des stocks à jour (Source: docs.oracle.com). Le module **Demand Planning** de NetSuite (abordé plus loin) peut ensuite utiliser les ventes historiques pour prévoir les besoins, et ses flux de travail de **Supply Chain Management** proposent des commandes d'achat ou de travail juste à temps. En conséquence, les détaillants signalent éviter à la fois les ruptures de stock et les surstocks. Par exemple, dans une étude de cas, un détaillant de fils et d'accessoires a crédité NetSuite pour une meilleure prévision qui leur a permis d'« anticiper les comportements d'achat, assurer un traitement rapide des stocks et éviter le risque de ruptures de stock ou de surstock » (Source: www.prnewswire.com).

Catalogue de produits et hiérarchie de marchandises

Au cœur du merchandising de détail se trouve le catalogue de produits. Dans NetSuite, chaque article vendable est un **enregistrement d'article** (article d'inventaire, non-inventaire, assemblage, etc.). Les articles peuvent être étendus avec des champs personnalisés (taille, couleur, style) et peuvent être organisés en structures hiérarchiques. Deux fonctionnalités de classification clés dans NetSuite sont les **Catégories de commerce** et la **Hiérarchie de marchandises**.

- **Catégories de commerce** sont principalement destinées à la navigation sur le site Web. Elles définissent le menu et les pages de catégorie sur un site de commerce électronique. Cependant, Oracle met en garde : *ne confondez pas les Catégories de commerce avec la Hiérarchie de marchandises* (Source: docs.oracle.com). Les catégories sont uniquement destinées à la navigation des clients sur le site Web.
- **Hiérarchie de marchandises** (native à NetSuite) est une hiérarchie flexible et multiniveau qui reflète la façon dont les équipes de merchandising voient les produits pour la planification et l'analyse (Source: docs.oracle.com). Il pourrait s'agir, par exemple, de Département > Classification > Catégorie > Classe > Sous-classe (ou étiquettes personnalisées). La Hiérarchie de marchandises permet aux détaillants de classer chaque article dans un cadre organisé. Une fois configuré, ce cadre est essentiel pour le reporting, la budgétisation et la planification de l'assortiment (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com).

La documentation de NetSuite met l'accent sur la Hiérarchie de marchandises comme un outil pour « identifier les tendances du marché et les achats des acheteurs », et pour fournir un « cadre solide pour les classeurs, les rapports, les promotions, et plus encore » (Source: docs.oracle.com). En marquant chaque article avec un ou plusieurs nœuds dans cette hiérarchie, les merchandisers peuvent effectuer des analyses de vente (par exemple, par rapport à l'année dernière ou par rapport au plan) à n'importe quel niveau. Par exemple, vous pourriez voir que les ventes de « T-shirts organiques pour hommes » sont en baisse – puis explorer la hiérarchie pour comparer par département ou classe (Source: docs.oracle.com). Dans la planification, la hiérarchie sous-tend les décisions d'assortiment : les planificateurs décident combien de SKU par catégorie transporter, ou quel pourcentage d'inventaire chaque département devrait détenir.

En pratique, la configuration de la Hiérarchie de marchandises implique la création de niveaux et de nœuds via le gestionnaire de hiérarchie de NetSuite (interface utilisateur ou importation CSV) (Source: docs.oracle.com). Les détaillants peuvent définir, par exemple, un nœud « Vêtements de sport pour hommes » sous Vêtements pour hommes, ou « Électronique portable » sous Électronique. Cette configuration est cruciale pour la planification de l'assortiment, car elle codifie les différences entre les gammes de produits. Une fois que les transactions circulent dans le système, les rapports NetSuite et les classeurs SuiteAnalytics peuvent segmenter les données par ces catégories.

Outils de merchandising en vitrine

Pour les détaillants en commerce électronique, la plateforme SuiteCommerce Advanced (SCA) de NetSuite inclut des fonctionnalités robustes de **merchandising en vitrine**. Ces outils permettent aux merchandisers de promouvoir les produits directement sur le site Web sans codage. Les fonctionnalités clés incluent :

- **Synonymes de recherche et Searchandising** : Pour aider les clients à trouver de nouveaux articles, les merchandisers peuvent créer des synonymes de recherche (par exemple « veste=manteau ») ou ajouter des promotions basées sur la recherche (règles de searchandising) pour mettre en évidence les articles lorsque des mots-clés spécifiques sont utilisés (Source: docs.oracle.com).
- **Recommandations de produits (Articles liés/suggérés)** : NetSuite peut afficher automatiquement des listes « Articles liés » ou « Les clients ont également acheté » sur les pages d'articles. Celles-ci sont pilotées par des règles ou par l'historique d'achat corrélé, permettant la vente croisée et la montée en gamme. La *Product Merchandising SuiteApp* formalise cela : les merchandisers définissent des « règles » spécifiant quels SKU afficher dans une *zone de merchandising* sur une page (Source: docs.oracle.com). Par exemple, un ensemble de règles pourrait dire « afficher les accessoires lors de la visualisation des chemises pour hommes ».
- **Produits en vedette / Meilleures ventes** : La plateforme prend en charge des zones prédéfinies pour les « Produits en vedette » ou les « Meilleures ventes ». Les merchandisers peuvent sélectionner des articles spécifiques pour ces zones, et le système remplit automatiquement les pages (ou les modèles d'e-mail) en conséquence.
- **Moteur de promotions** : NetSuite dispose d'un module de promotion intégré où vous pouvez créer des coupons de réduction, des offres de cadeau avec achat et des règles de tarification au niveau du client. Les promotions peuvent s'appliquer à l'ensemble du site ou à des catégories de hiérarchie de marchandises spécifiques.

En résumé, une fois les articles saisis dans NetSuite et affectés à des catégories, un merchandiser peut définir leur emplacement sur le site web par glisser-déposer ou via des règles. L'aide officielle précise qu'une fois les modèles de site initiaux codés, « ces zones peuvent être ciblées avec différents contenus définis dans les règles de merchandising sans... développeur » (Source: docs.oracle.com). Cela permet au personnel non technique de gérer l'affichage des produits.

Un flux de travail typique lors du lancement d'un nouveau produit illustre ces outils :

1. **Créer l'article** dans NetSuite (définir le prix, les paramètres d'inventaire, etc.) (Source: docs.oracle.com). L'activer pour le site web en l'affectant à une catégorie commerciale (Commerce Category) et en téléchargeant des images/avis (Source: docs.oracle.com).
2. **Optimiser la découvrabilité** : définir des synonymes de recherche afin que les clients utilisant des termes différents (par exemple « sweat » vs « sweat-shirt ») trouvent toujours l'article (Source: docs.oracle.com).
3. **Promouvoir sur le site** : utiliser les outils de merchandising de la vitrine (Storefront Merchandising Tools) pour placer le nouvel article dans les zones *En vedette* ou *Associés*. Par exemple, utiliser la SuiteApp Product Merchandising pour l'afficher sur les pages de catégorie via des règles (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com).
4. **Analyser la demande** : surveiller les ventes initiales et le trafic web, puis ajuster les placements sur les pages et les promotions si nécessaire. Des rapports de ventes détaillés par hiérarchie de marchandise aident à éclairer ces décisions (Source: docs.oracle.com).

Cette intégration du catalogue, de la présentation du site et de l'analytique illustre l'approche du merchandising de NetSuite : des données centralisées alimentant à la fois l'affichage frontal et la planification en arrière-plan.

NetSuite pour la planification de l'assortiment et la prévision de la demande

Bien que NetSuite ne propose pas de module dédié à la « planification de l'assortiment » comme le Retail Cloud d'Oracle, il offre des outils de **prévision de la demande** et de réapprovisionnement que les détaillants peuvent utiliser à des fins similaires. Le processus de planification de la demande de NetSuite implique la création de *Plans de demande* (prévisions) à partir des ventes historiques, puis la génération de *Plans d'approvisionnement* (suggestions de commandes d'achat/ordres de fabrication) pour répondre à cette demande (Source: docs.oracle.com). Points clés :

- **Plan de demande** : En utilisant la fonction **Calculer le plan de demande**, NetSuite analyse l'historique des ventes passées (par article, emplacement, etc.) et projette la demande future. Plusieurs méthodes de projection sont disponibles (par exemple, régression linéaire, moyennes mobiles/saisonniers, ou dépendance aux commandes et devis en cours) (Source: docs.oracle.com). Cela produit un calendrier des unités attendues par période pour chaque article (ou article-emplacement).
- **Plan d'approvisionnement** : Compte tenu d'un plan de demande et des données de délai d'approvisionnement, la fonction **Calculer le plan d'approvisionnement** de NetSuite proposera le moment et la quantité des commandes d'achat ou ordres de fabrication nécessaires pour garantir que le stock arrive à temps (Source: docs.oracle.com). Le plan d'approvisionnement prend en compte les fournisseurs privilégiés et les niveaux de stock de sécurité. L'utilisateur peut ensuite générer les commandes suggérées directement à partir du plan.

- **Support multi-emplacements** : Si les fonctionnalités Advanced Inventory et OneWorld sont activées, la planification de la demande et de l'approvisionnement peut être exécutée par emplacement ou à des niveaux agrégés (Source: docs.oracle.com). Cela aide à prendre des décisions d'assortiment, comme la quantité de stock à allouer à chaque magasin ou région.

Ainsi, l'exécution des stratégies d'assortiment dans NetSuite s'appuie souvent sur la prévision de la demande pour décider *combien de chaque produit proposer*. Bien que le système ne choisisse pas automatiquement les nouveaux SKU à introduire, il peut optimiser les quantités une fois la gamme de produits décidée. Comme l'explique Oracle, le flux de travail de planification de la demande aide à « maintenir des niveaux de stock optimaux » en révélant **exactement quand et combien** commander (Source: docs.oracle.com) (Source: docs.oracle.com).

Pour illustrer, supposons qu'un détaillant vende une gamme de vestes saisonnières. Il saisirait les ventes historiques de la saison dernière, exécuterait un plan de demande pour prévoir la courbe des ventes de cette saison, puis générerait un plan d'approvisionnement pour créer des commandes d'achat planifiées avant la haute saison (Source: docs.oracle.com). NetSuite s'ajusterait en fonction des délais (par exemple, commander 15 jours avant d'avoir besoin des vestes) et suggérerait même des précommandes pour les articles à rotation rapide, aidant ainsi à éviter les ruptures de stock.

Bien qu'il ne soit pas qualifié de « planification d'assortiment », le plan de demande de NetSuite remplit en pratique de nombreux objectifs d'assortiment. En analysant la performance des produits (via les rapports de hiérarchie de marchandise) puis en utilisant la prévision de la demande, les acheteurs peuvent déterminer le *bon mix* de produits par catégorie. Par exemple, un planificateur de marchandise pourrait utiliser un **Workbook ou une recherche enregistrée** regroupée par hiérarchie pour constater que les *Jeans bleus* constituent 30 % d'un budget denim, suggérant que tout nouvel assortiment devrait allouer un ratio similaire. Ensuite, la planification de la demande quantifierait *combien de paires* sont nécessaires par magasin.

Guide de mise en œuvre et de configuration

Cette section décrit comment une organisation de vente au détail configurerait NetSuite pour activer les capacités de merchandising et de planification. Elle suppose que vous disposez d'un compte NetSuite avec les autorisations nécessaires ; certaines fonctionnalités (comme Advanced Inventory Management ou SuiteCommerce) nécessitent des licences distinctes.

1. Activer les fonctionnalités requises

Tout d'abord, dans **Configuration > Société > Activer les fonctionnalités**, activez :

- **Commerce** (si vous utilisez SuiteCommerce) : Activez SuiteBuilder, Web Store, Commerce Categories et d'autres options de commerce électronique.
- **Advanced Inventory Management** : Requis pour les fonctions de planification de la demande de NetSuite (Source: docs.oracle.com).
- **Demand Planning** : Une fois Advanced Inventory activé, activez Demand Planning dans les préférences d'inventaire.
- **Merchandising** : Sous les onglets CRM ou Comptabilité, activez toutes les fonctionnalités de recherche de magasin/article si ce n'est pas déjà fait.
- **OneWorld** (optionnel) : Pour les détaillants multi-sociétés ou multi-devises.
- **SuiteCommerce Advanced** (si vous utilisez SCA) et **Point of Sale** (si vous utilisez SuitePOS).

L'activation de ces fonctionnalités nécessite généralement le rechargement du navigateur et/ou un rôle avec des privilèges d'administrateur.

2. Configurer la hiérarchie de marchandise

Sous **Listes > Hiérarchie de marchandise**, créez votre hiérarchie de haut niveau (par exemple, « Hiérarchie de marchandise d'entreprise »). À l'intérieur, définissez les niveaux (Département, Classe, Catégorie, etc.). Ensuite, en utilisant le **Gestionnaire de hiérarchie** ou l'importation CSV, ajoutez chaque nœud (par exemple, « Vêtements hommes > Chemises > T-shirts »). Gardez la hiérarchie verrouillée pour la cohérence historique, et créez de nouvelles versions annuellement ou par saison si nécessaire.

Une fois la structure définie, **affectez les articles** à la hiérarchie. Lors de la création ou de la modification d'une fiche article, liez-la au nœud de hiérarchie de marchandise approprié. Pour les articles matriciels (taille/couleur), l'article parent reçoit la classification. Cela garantit que toutes les ventes de ce SKU remontent au bon département/classe.

La hiérarchie de marchandise sous-tend toute planification ultérieure : assurez-vous qu'elle reflète votre stratégie de catégorisation des produits. (La documentation d'Oracle avertit de ne pas confondre cela avec les catégories de site web (Source: docs.oracle.com).)

3. Configurer les articles et les catégories

Créez ou importez des **Articles** dans **Listes > Comptabilité > Articles**. Pour chaque produit, spécifiez :

- **Type** : Inventaire, Assemblage ou Matrice (pour les vêtements avec variantes).
- **Affichage** : Si vous utilisez SuiteCommerce, marquez l'article comme visible dans le *Web Store* et sélectionnez les **Catégories commerciales** appropriées (pour la navigation sur le site).
- **Tarifification et calcul des coûts** : Saisissez le prix de base, le coût et les commissions.
- **Paramètres d'inventaire** : Saisissez le fournisseur privilégié, le délai d'approvisionnement, le point de commande, le stock de sécurité, etc. Définissez également les méthodes de *Coût moyen* ou de *Coût rendu* si elles sont utilisées.

Pour les articles matriciels (par exemple, une chemise avec plusieurs tailles/couleurs), définissez l'article parent avec ses caractéristiques et dimensions. Saisissez ensuite les SKU enfants de la matrice (variantes de taille/couleur). Cela aide à l'analyse de l'assortiment par caractéristiques (vous pouvez voir quelles couleurs ou tailles se vendent le mieux).

Dans **Site web > Catégories commerciales** (si SCA est activé), définissez vos catégories destinées aux clients (Électronique > Ordinateurs portables, etc.). Chaque article doit être affecté à au moins une catégorie pour apparaître sur le site. Remarque : les catégories commerciales sont uniquement destinées à la boutique en ligne publique ; elles sont distinctes de la hiérarchie de marchandise interne.

4. Configurer la planification de la demande

Une fois les articles et les transactions existants, configurez la planification de la demande sous **Configuration > Planification > Planification de la demande** :

- **Préférences** : Spécifiez les méthodes de projection (par exemple, moyenne saisonnière), les durées des périodes historiques et de prévision (combien de mois d'historique, jusqu'où prévoir), et s'il faut inclure les futures commandes ouvertes.
- **Calcul** : Accédez à **Calculer le plan de demande** (Transactions > Planification de la demande). Choisissez la plage de dates, les filtres d'articles (ou l'emplacement si multi-emplacements), et exécutez la prévision. NetSuite traitera les ventes passées et générera un enregistrement de plan de demande d'article.
- **Révision/Modification** : Affichez et ajustez le plan de demande. Pour chaque article/emplacement, vous pouvez modifier la prévision manuellement si nécessaire.
- **Générer le plan d'approvisionnement** : Avec le plan de demande sélectionné, exécutez **Calculer le plan d'approvisionnement**. Saisissez la période de planification (par exemple, les 6 prochains mois) et il suggérera des commandes d'achat/ordres de fabrication. Examinez les commandes proposées pour chaque article, qui prennent en compte les délais des fournisseurs et le stock de sécurité.

Par exemple, un article saisonnier avec un historique erratique peut nécessiter des ajustements manuels (par exemple, « Je veux 200 unités en novembre et 50 en décembre »). Le plan d'approvisionnement répartit ensuite ces commandes en conséquence tout en tenant compte des points de commande.

NetSuite fournit également des rapports pour surveiller l'état du plan (par exemple, *Plan de demande vs Réel*).

Bonne pratique : Activez la fonctionnalité *Disponible à la promesse* (Available-to-Promise). Cela lie la planification de la demande aux commandes clients en temps réel afin que le système respecte à la fois les plans et les engagements réels (Source: docs.oracle.com).

5. Configurer SuiteCommerce et le merchandising de la vitrine

Si vous utilisez SuiteCommerce Advanced (boutique en ligne) :

- **Site Builder** : Travaillez avec un développeur pour installer SCA et configurer les modèles de site web. Le développeur crée ou modifie les fichiers de thème (HTML/CSS/SSJS) pour définir les pages et les « zones » où les règles de merchandising s'afficheront.

- **Zones de merchandising** : Dans l'interface d'administration de SCA, identifiez les espaces réservés (par exemple, une zone « Articles associés » sur une page produit). Via la SuiteApp Product Merchandising, vous affecterez un *ID de merchandising* à chaque zone (fourni par le développeur) pour connecter le modèle de site à la logique de NetSuite (Source: docs.oracle.com).
- **Créer des règles de merchandising de produits** : Dans **Marketing > Merchandising de produits > Nouvelle règle**, définissez des règles pour chaque zone. Spécifiez les critères (par exemple, *Lors de la consultation de tout article où Département = Hommes > Chaussures, afficher les articles marqués « Accessoire chaussures »*). Vous pouvez utiliser les champs de la hiérarchie de marchandise ou les méta-données d'article. Le résultat de la règle est une requête de recherche dynamique.
- **Synchroniser et tester** : Après avoir défini les règles, assurez-vous que le site régénère correctement le contenu. Utilisez les outils de développement pour prévisualiser les zones. Par exemple, sur une page de chemise pour hommes, vérifiez que la zone « Accessoires » affiche les chaussures ou les ceintures comme spécifié.
- **Promotions des ventes** : Dans **Liste > Marketing > Promotions**, créez des soldes ou des coupons. Les promotions peuvent être liées aux catégories de hiérarchie. Par exemple, 10 % de réduction sur tous les produits de la catégorie *Jeans hommes*.

Remarque : La SuiteApp Product Merchandising est disponible pour SuiteCommerce Advanced. Elle vous permet (le merchandiser) de gérer les catalogues sur site sans toucher au code, une fois les zones définies. Le guide d'Oracle avertit qu'une bonne planification initiale des zones réduit les coûts de développement futurs (Source: docs.oracle.com).

6. Analytique et reporting

NetSuite propose des rapports intégrés via des recherches enregistrées, le nouveau SuiteAnalytics Workbook et l'**Analytics Warehouse** (un entrepôt de données complémentaire avec IA).

- **Analyse de la marchandise** : Utilisez des recherches enregistrées ou des Workbooks pour analyser les ventes par hiérarchie de marchandise, emplacement, période, etc. Par exemple, une recherche enregistrée peut afficher les ventes cumulées (YTD) par département ou trouver les articles les plus vendus par catégorie.
- **KPI de tableau de bord** : Créez des tableaux de bord pour les responsables du merchandising. Les KPI typiques incluent la rotation des stocks, les jours de stock par catégorie, la performance de ponctualité des fournisseurs et les ventes par rapport au plan.
- **IA et entrepôt** : L'Analytics Warehouse de NetSuite (annoncé en 2024) utilise l'apprentissage automatique (ML) pour découvrir les tendances sur les canaux de vente. Des détaillants comme Feetures et Thread l'ont utilisé pour consolider les données ERP, Shopify et Google Analytics (Source: www.prnewswire.com) (Source: www.prnewswire.com). Les fonctionnalités d'IA du système peuvent repérer les pics de demande anormaux, suggérer des points de commande et mettre en évidence les SKU sous-performants.

7. Flux de travail et autorisations de rôle

Définissez des rôles pour les merchandisers, les acheteurs, les planificateurs et les analystes :

- **Rôle de merchandiser** : Accès aux produits > catégories > merchandising de produits, rapports de ventes par catégorie et contenu de la boutique en ligne.
- **Rôle d'acheteur/planificateur** : Accès à la gestion des stocks, à la planification de la demande/approvisionnement, aux commandes d'achat.
- **Rôle d'analyste** : Afficher/créer des recherches enregistrées, des Workbooks, des tableaux de bord.

Utilisez les autorisations basées sur les rôles de NetSuite pour restreindre les données financières sensibles tout en accordant au personnel de merchandising les outils dont il a besoin.

Informations sur les données et preuves

La recherche industrielle et les rapports clients constatent systématiquement que l'ERP+commerce unifié offre un retour sur investissement mesurable pour les détaillants utilisant SuiteCommerce/NetSuite :

- **Efficacité et visibilité améliorées** : Oracle NetSuite affirme que les détaillants utilisant sa plateforme « *améliorent leur productivité et offrent des expériences client exceptionnelles* » en centralisant les données et en automatisant les processus (Source: www.prnewswire.com). Moss Adams confirme cela, notant que NetSuite offre une visibilité des stocks en temps réel pour « *gérer les niveaux de stock, réduire les coûts et améliorer la satisfaction client* » (Source: www.mossadams.com).
- **Optimisation des stocks** : En pratique, les détaillants signalent une réduction drastique du traitement manuel. Par exemple, Hudson & Canal (un fournisseur d'ameublement) a utilisé NetSuite pour intégrer les données financières, logistiques et d'inventaire ; ils ont réduit le temps hebdomadaire consacré à l'analyse des coûts rendus de **4 heures à 10 minutes** (Source: www.prnewswire.com). Leur PDG attribue aux informations de NetSuite le mérite d'avoir aidé à « *ajuster les stocks et à optimiser davantage les marges bénéficiaires* » (Source: www.prnewswire.com).
- **Merchandising basé sur les données** : Des détaillants comme Feetures (chaussettes de sport) et Thread (accessoires) utilisent NetSuite Analytics Warehouse pour affiner leurs stratégies de produits. Le responsable informatique de Feetures déclare que les informations automatisées issues de données consolidées « *aident à affiner les stratégies de produits, à améliorer les prévisions de flux de trésorerie et à optimiser la dotation en personnel de l'entrepôt* » (Source: www.prnewswire.com). De même, le directeur des opérations de Thread félicite NetSuite pour avoir permis des prévisions qui « *anticipent les comportements d'achat... [et] assurent une exécution rapide... [évitant] les ruptures de stock ou le surstock* » (Source: www.prnewswire.com).
- **Productivité du personnel** : Selon NucleusResearch, un détaillant de vêtements a augmenté le débit d'exécution par travailleur d'entrepôt de **275 %** après être passé à NetSuite, tout en réduisant les coûts d'exploitation annuels de 18 000 \$ (Source: nucleusresearch.com). L'étude note que la plateforme unifiée de NetSuite (par rapport à un mélange de SAP, de feuilles de calcul et de solutions ponctuelles) a été choisie pour son évolutivité et sa facilité d'utilisation (Source: nucleusresearch.com). Cela correspond aux conclusions générales : SuiteSuccess Retail d'Oracle revendique une « *augmentation de 3 à 5 % de la fidélité client* » et une « *réduction de 5 à 25 % des ruptures de stock* » pour les clients mettant en œuvre des configurations conformes aux meilleures pratiques (Source: www.randgroup.com).

Ces améliorations se traduisent par une croissance plus forte. Le marketing de NetSuite cite des témoignages de clients tels que **Glassybaby** et **Patriot Outfitters**, qui ont gagné en agilité omnicanale et en croissance en consolidant leurs systèmes de point de vente (POS), en ligne et de gestion interne (Source: www.prnewswire.com) (Source: www.prnewswire.com). La personnalisation et la cohérence entre les canaux ont été créditées d'une augmentation du taux de conversion des ventes. En fait, le directeur général de la division Retail d'Oracle souligne qu'une « *vision à 360 degrés* » des données est essentielle pour développer les relations avec les clients et stimuler les revenus (Source: www.prnewswire.com).

Le tableau ci-dessous résume les résultats des études de cas :

ENTREPRISE / CAS	SECTEUR	FONCTIONNALITÉS NETSUITE UTILISÉES	IMPACT / ROI (SELON LES SOURCES)
Détaillant de vêtements (Nucleus 2023)	Habillement et mode	ERP unifié (inventaire + exécution) ; tableaux de bord	Rendement d'exécution par employé +275 % ; 18 000 \$ d'économies annuelles (Source: nucleusresearch.com)
Feetures Socks	Articles de sport	Intégration ERP+Shopify ; Analytics Warehouse	Données centralisées ; « <i>affiner les stratégies produit, améliorer les prévisions de trésorerie</i> » (Source: www.prnewswire.com)
Hudson & Canal	Ameublement	ERP + intégration de données 3PL ; Analytics Warehouse	Analyse du coût de revient réduit de 4h à 10m/semaine ; « <i>ajuster les stocks, optimiser les marges</i> » (Source: www.prnewswire.com)
Thread Bags	Accessoires de mode	ERP multicanal (DTC et vente en gros), planification de la demande	Prévisions améliorées ; « <i>anticiper les comportements d'achat... éviter les ruptures de stock ou le surstock</i> » (Source: www.prnewswire.com)
Patriot Outfitters	Vêtements outdoor (2013)	SuiteCommerce + SuitePOS	Élimination de l'intégration manuelle ; croissance omnicanale stimulée (Source: www.prnewswire.com) (Source: www.prnewswire.com)

Ces exemples concrets, ainsi que les enquêtes auprès des utilisateurs de NetSuite sur G2 et Gartner, mettent en évidence des avantages constants : contrôle centralisé des stocks, analyses en temps réel et amélioration des marges. En conséquence, les détaillants citent le modèle de données unifié de NetSuite comme étant essentiel pour faire évoluer leurs opérations sans augmentation proportionnelle des effectifs.

Étude de cas : Mise en œuvre dans le secteur de la mode

Prenons l'exemple de Charlotte Tilbury (marque de beauté) issu des études de cas Houseblend :

Étiquettes: retail-netsuite, merchandising-de-detail, planification-dassortiment, hierarchie-des-marchandises, prevision-de-la-demande, suitecommerce, erp-cloud, gestion-des-stocks

AVERTISSEMENT

Ce document est fourni à titre informatif uniquement. Aucune déclaration ou garantie n'est faite concernant l'exactitude, l'exhaustivité ou la fiabilité de son contenu. Toute utilisation de ces informations est à vos propres risques. Houseblend ne sera pas responsable des dommages découlant de l'utilisation de ce document. Ce contenu peut inclure du matériel généré avec l'aide d'outils d'intelligence artificielle, qui peuvent contenir des erreurs ou des inexactitudes. Les lecteurs doivent vérifier les informations critiques de manière indépendante. Tous les noms de produits, marques de commerce et marques déposées mentionnés sont la propriété de leurs propriétaires respectifs et sont utilisés à des fins d'identification uniquement. L'utilisation de ces noms n'implique pas l'approbation. Ce document ne constitue pas un conseil professionnel ou juridique. Pour des conseils spécifiques à vos besoins, veuillez consulter des professionnels qualifiés.