

Optimiser la cotation NetSuite avec la rationalisation des SKU

By Houseblend.io Publié le 10 octobre 2025 9 min de lecture



NetSuite et le défi de la cotation des SKU

Les fabricants et distributeurs modernes sont souvent confrontés à la **prolifération des SKU** (Stock Keeping Units) – un nombre excessif d'unités de gestion des stocks légèrement différentes – ce qui encombre les catalogues de produits et ralentit les opérations. En pratique, les représentants commerciaux peuvent passer une grande partie de leur temps à rechercher des articles dans des listes complexes, ce qui rend la cotation plus lente et plus sujette aux erreurs. En fait, une analyse a révélé que "les représentants commerciaux passent plus d'un tiers de leur temps à des tâches administratives et diverses" parce que des catalogues ingérables et des livres de prix corrompus "ralentissent la vitesse de cotation" (Source: www.simplus.com). Dans les environnements NetSuite, ce problème est amplifié à mesure que des enregistrements d'articles complexes ou redondants s'accumulent, nécessitant un nettoyage ou des solutions de contournement intelligentes. Parallèlement, de nombreuses entreprises utilisent les outils **Configure-Price-Quote (CPQ)** de NetSuite pour accélérer la cotation – mais même les meilleurs systèmes CPQ fonctionnent mieux avec un catalogue bien structuré. En rationalisant d'abord la liste des SKU, les organisations peuvent véritablement libérer le potentiel d'efficacité de NetSuite en matière de cotation.

Qu'est-ce que la rationalisation des SKU ?

La **rationalisation des SKU** (parfois appelée rationalisation des produits ou optimisation des SKU) est le processus d'examen du catalogue de produits d'une entreprise pour décider quels SKU conserver, consolider ou retirer. En substance, elle "réduit le nombre de SKU dans l'inventaire d'une entreprise" en éliminant les articles de faible ou sans valeur (Source: katanamrp.com). Cela implique généralement une analyse détaillée des ventes, des niveaux de stock, de la rentabilité et de la demande client pour chaque SKU. Par exemple, les entreprises peuvent appliquer une classification ABC ou XYZ pour classer les produits par chiffre d'affaires et rotation, identifiant les 20 % de SKU qui contribuent à 80 % des ventes. Dans une étude de cas, Nestlé a constaté que seulement 11 % de ses 100 000 SKU généraient 80 % des revenus (Source: metricscart.com), ce qui a conduit à une initiative majeure "Project Tasty" pour réduire les produits à faible rotation. L'objectif de la rationalisation est de réduire la "longue traîne" des articles sous-performants, en simplifiant le catalogue afin que les SKU restants soient ceux qui ajoutent réellement de la valeur.

Le processus peut être itératif : les entreprises "**décident de conserver, d'étendre, de réduire ou d'arrêter des SKU**" en fonction de l'analyse de la valeur (Source: [metricscart.com](https://www.metricscart.com)). Souvent, les détaillants suppriment les lignes obsolètes ou les articles à très faible rotation, concentrant leurs ressources sur les meilleures ventes. L'objectif principal est de réduire la complexité et le gaspillage – en économisant de l'argent et du temps – tout en répondant aux besoins des clients. Comme l'explique un guide de gestion des stocks, la rationalisation des SKU " vise à rationaliser le catalogue de produits, le rendant plus simple et plus facile à gérer tout en réduisant les coûts (Source: [katanamrp.com](https://www.katanamrp.com)). " En pratique, cela implique d'évaluer les données de vente, de classer chaque produit (par exemple, par demande ou rentabilité), de planifier les produits à éliminer, puis de mettre à jour les enregistrements d'inventaire pour refléter ces changements (Source: [katanamrp.com](https://www.katanamrp.com)).

Avantages de la rationalisation des SKU

La rationalisation des SKU offre de multiples avantages commerciaux, dont beaucoup accélèrent indirectement la cotation et les ventes :

- **Réduction des coûts.** L'élimination des SKU à faible rotation ou en double libère de l'espace d'entrepôt et du fonds de roulement. Les entreprises peuvent "économiser de l'argent en réduisant le nombre de SKU" et en diminuant les coûts d'entreposage et de possession (Source: [katanamrp.com](https://www.katanamrp.com)). Moins de stock inactif signifie moins de démarques et moins de problèmes logistiques.
- **Amélioration de la gestion des stocks.** Un catalogue plus mince est plus facile à maintenir précis. Avec moins d'articles, les prévisions deviennent plus fiables, les ruptures de stock diminuent et le risque d'erreurs de commande est réduit. Par exemple, la rationalisation des SKU conduit à "des prévisions plus précises, une meilleure utilisation de l'espace et une réduction des ruptures de stock" (Source: [katanamrp.com](https://www.katanamrp.com)). Cela signifie également que l'équipe financière peut mieux prévoir quand réapprovisionner et éviter l'obsolescence.
- **Plus grande efficacité et concentration.** Les équipes de vente, d'ingénierie et d'exploitation peuvent travailler plus rapidement lorsqu'elles n'ont pas à jongler avec des centaines de SKU marginaux. La rationalisation élimine les "articles obsolètes [...] qui prennent la poussière", ce qui simplifie la fabrication et l'exécution (Source: [katanamrp.com](https://www.katanamrp.com)). Les représentants commerciaux passent moins de temps à naviguer dans les arborescences de produits et plus de temps à vendre. En fait, la simplification du catalogue de produits soutient un processus de vente plus rationalisé – une analyse a révélé que le nettoyage du catalogue peut entraîner des *cycles de vente plus courts* et même des *transactions plus importantes* (Source: www.simplus.com) (Source: [metricscart.com](https://www.metricscart.com)). (Par exemple, après avoir réduit la complexité, une entreprise a doublé la taille de ses transactions et réduit les cycles de 28 %.)
- **Concentration accrue sur les produits.** Moins de SKU signifient que le marketing et le développement peuvent se concentrer sur les produits qui comptent. En "allouant plus de ressources aux SKU performants", les entreprises peuvent renforcer leurs offres de marque principales (Source: [metricscart.com](https://www.metricscart.com)). Les clients en bénéficient également : un portefeuille plus simple permet souvent aux acheteurs de trouver plus facilement ce dont ils ont besoin sans confusion ni surcharge de choix.

Dans l'ensemble, une rationalisation régulière des SKU empêche le catalogue de gonfler. Comme le note un expert, une "prolifération des SKU non contrôlée... rend presque impossible la navigation ou la maintenance efficace [du catalogue]" (Source: www.simplus.com). Un nettoyage périodique – suppression des articles redondants, fusion des variations en modèles configurables, retrait des lignes obsolètes – conduit à un système plus propre qui semble intrinsèquement plus rapide à utiliser.

Rationalisation des SKU et efficacité de la cotation

Le lien entre la rationalisation et la rapidité de la cotation est direct : **un catalogue plus simple signifie des devis plus rapides**. Avec moins d'articles à examiner, les représentants commerciaux peuvent localiser les produits rapidement et éviter des erreurs coûteuses. Les systèmes comme NetSuite CPQ (Configure-Price-Quote) fonctionnent mieux lorsqu'ils sont construits sur un référentiel d'articles bien structuré. En fait, les analystes observent que les outils CPQ deviennent beaucoup plus efficaces une fois que le catalogue sous-jacent est élagué. Selon Simplus (un cabinet de conseil en automatisation des ventes), le CPQ peut offrir une assistance à la vente puissante "**uniquement lors de la navigation dans un catalogue de produits bien structuré**", et il ne peut pas fonctionner efficacement si "la prolifération des SKU s'est installée" (Source: www.simplus.com). En d'autres termes, à moins de maîtriser d'abord le catalogue, même le meilleur système de cotation n'atteindra pas sa vitesse ou sa précision potentielle.

Le CPQ de NetSuite offre des fonctionnalités pour atténuer le gonflement des SKU – par exemple, un modèle de produit "**générique de base**". Cela permet aux utilisateurs de choisir un seul SKU maître et de configurer des versions personnalisées à la volée. Comme l'explique une étude de cas, la capacité générique de base du CPQ de NetSuite signifie qu'"un article d'assemblage prédéfini est utilisé comme modèle à réutiliser à plusieurs reprises", aidant l'entreprise à "éviter le 'gonflement des articles'" (SKU de variantes inutiles) (Source: www.bryantparkconsulting.com). En pratique, le configurateur extrait les coûts, la main-d'œuvre et les prix de l'assemblage de

base et les applique à chaque devis, de sorte qu'un article personnalisé peut être généré sans créer des dizaines de SKU statiques. Cela réduit non seulement la maintenance, mais garantit également que les devis sont générés rapidement : dans un exemple de fabrication, le CPQ de NetSuite a permis de créer et d'envoyer des devis en **quelques minutes au lieu d'heures ou de jours** (Source: www.bryantparkconsulting.com). Un autre client, Platinum Stairlifts, a rapporté qu'après avoir mis en œuvre NetSuite CPQ (avec un catalogue rationalisé), les représentants commerciaux produisaient des devis *deux fois plus vite* qu'auparavant (Source: www.netsuite.com), tandis que les erreurs diminuaient.

En bref, la rationalisation des SKU élimine le superflu afin que la cotation – en particulier avec l'automatisation – devienne rapide et précise. Avec moins d'options à trier, les règles de vente guidée peuvent orienter les représentants directement vers les produits pertinents. Et les modèles de devis ou les ensembles dans NetSuite seront plus légers, empêchant les représentants de choisir des combinaisons involontaires. Tous ces éléments contribuent à un [cycle de devis à commande](#) plus rapide et à des clients plus satisfaits.

Rationaliser les SKU dans NetSuite

Comment un utilisateur de NetSuite peut-il effectuer la rationalisation des SKU ? La plateforme offre plusieurs outils pour aider à analyser et à nettoyer l'inventaire. Par exemple, le **Rapport de rotation des stocks** dans NetSuite montre la rapidité avec laquelle chaque article se vend en listant le coût des ventes, la valeur moyenne des stocks, le taux de rotation et les jours de stock (Source: docs.oracle.com). En parcourant ce rapport, une entreprise peut signaler les SKU à très faible rotation (peut-être seulement quelques ventes par an) comme candidats à l'abandon. NetSuite prend également en charge l'**analyse ABC** (non montrée ci-dessus) et d'autres recherches enregistrées ou rapports SuiteAnalytics pour mettre en évidence les articles à faible rotation ou non rentables.

Une fois les candidats identifiés, les étapes de rationalisation comprennent généralement :

- **Analyse.** Examiner les données de vente et d'utilisation pour chaque SKU. Rechercher des modèles (par exemple, certains articles ne se vendent qu'une fois par an, ou des produits qui se chevauchent répondent au même besoin (Source: katanamrp.com) pour décider quels SKU sont réellement nécessaires.
- **Classification.** Regrouper les articles en catégories (par exemple, classes A-B-C, actifs versus obsolètes, relations parent-enfant). Cela aide à choisir les produits "parapluie" et leurs variantes, et à repérer les doublons purs (tels que des pièces identiques saisies deux fois).
- **Planification.** Créer un plan de rationalisation. Cela peut impliquer de consolider plusieurs SKU similaires en un seul article avec des options, de supprimer progressivement les produits en fin de vie ou de fusionner des numéros de pièce redondants. Toutes les modifications doivent être documentées.
- **Mise en œuvre.** Dans NetSuite, vous mettriez à jour les enregistrements d'articles en conséquence : désactiver ou archiver les SKU abandonnés, mettre à jour les nomenclatures, configurer des ensembles de produits ou des articles matriciels pour les produits variants, et ajuster toutes les commandes ouvertes. Assurez-vous que toutes les modifications se propagent dans le système (par exemple, commandes clients, nomenclatures, règles de prix) afin qu'aucun SKU hérité ne passe inaperçu (Source: katanamrp.com).

Avant tout, la gestion du changement est importante : les équipes de vente, d'inventaire et d'exploitation ont besoin d'une formation sur le nouveau catalogue allégé. La gouvernance (par exemple, les contrôles sur la création de nouveaux SKU) devrait empêcher la prolifération future.

Outils et pratiques dans NetSuite

La plateforme cloud de NetSuite offre certaines fonctionnalités qui facilitent un catalogue rationalisé :

- **Articles matriciels et options.** Pour les produits qui ne diffèrent que par un attribut (taille, couleur, etc.), utilisez les articles matriciels. Au lieu de dizaines de SKU distincts, vous avez un article parent avec des options de variante, ce qui simplifie à la fois l'inventaire et la cotation.
- **Groupe d'articles et assemblages.** Si certaines pièces sont toujours vendues ensemble (ou sont des alternatives les unes aux autres), utilisez des structures enfant/nomenclature ou des kits/ensembles afin que les devis puissent faire référence à un seul produit logique plutôt qu'à plusieurs lignes d'articles.
- **Recherches enregistrées et rappels.** Créez des recherches enregistrées pour "aucune vente en 12 mois" ou "stock élevé, demande nulle" et planifiez des rappels. Cela permet à l'équipe d'être alertée des SKU qui pourraient nécessiter un examen.
- **Configuration CPQ.** Dans NetSuite CPQ, utilisez les règles et les modèles de vente guidée. Pour les configurations fréquemment citées, pré-construisez-les comme "favoris" ou modèles afin que les utilisateurs n'aient pas à les recréer à chaque fois. La fonction

d'article de base CPQ (mentionnée ci-dessus) est particulièrement utile : elle vous permet essentiellement de générer un SKU personnalisé à la volée à partir d'un modèle standard, évitant ainsi une prolifération permanente.

En utilisant ces fonctionnalités en combinaison avec les outils d'analyse (comme les rapports de rotation des stocks), un utilisateur de NetSuite peut systématiquement réduire les SKU. Le résultat est une instance ERP "plus propre" : moins d'articles affichés à l'écran, des livres de prix plus simples et des recherches plus intuitives. Les représentants commerciaux passent moins de temps à cliquer sur des listes de produits et plus de temps avec les clients, générant des devis plus rapidement.

Conclusion

Sur les marchés rapides d'aujourd'hui, la vitesse de votre cycle de devis à encaissement peut faire ou défaire une transaction. La rationalisation des SKU en est un élément clé – elle maîtrise la complexité du catalogue afin que NetSuite (et son CPQ) puissent fonctionner à plein régime. En réduisant les SKU inutiles, en organisant logiquement les articles restants et en tirant parti des outils de reporting et de CPQ de NetSuite, les entreprises peuvent réduire considérablement les délais de traitement des devis et les erreurs. Comme le notent les experts de NetSuite, le résultat final est un processus de cotation beaucoup plus rapide ("devis deux fois plus rapides") et une expérience de vente plus fluide (Source: www.netsuite.com) (Source: www.bryantparkconsulting.com). En bref, rationalisez d'abord les SKU, et vous constaterez que le chemin vers un devis rapide et précis est beaucoup plus clair.

Sources : Meilleures pratiques de l'industrie et études de cas sur la rationalisation des SKU et les implémentations de NetSuite CPQ (Source: www.simplus.com) (Source: katanamrp.com) (Source: katanamrp.com) (Source: www.bryantparkconsulting.com) (Source: www.netsuite.com) (Source: docs.oracle.com) (Source: metricscart.com).

Étiquettes: netsuite, rationalisation-sku, cpq, cotation, gestion-stocks, gestion-catalogue-produits, erp, prolifération-sku

À propos de Houseblend

HouseBlend.io is a specialist NetSuite™ consultancy built for organizations that want ERP and integration projects to accelerate growth—not slow it down. Founded in Montréal in 2019, the firm has become a trusted partner for venture-backed scale-ups and global mid-market enterprises that rely on mission-critical data flows across commerce, finance and operations. HouseBlend's mandate is simple: blend proven business process design with deep technical execution so that clients unlock the full potential of NetSuite while maintaining the agility that first made them successful.

Much of that momentum comes from founder and Managing Partner **Nicolas Bean**, a former Olympic-level athlete and 15-year NetSuite veteran. Bean holds a bachelor's degree in Industrial Engineering from École Polytechnique de Montréal and is triple-certified as a NetSuite ERP Consultant, Administrator and SuiteAnalytics User. His résumé includes four end-to-end corporate turnarounds—two of them M&A exits—giving him a rare ability to translate boardroom strategy into line-of-business realities. Clients frequently cite his direct, "coach-style" leadership for keeping programs on time, on budget and firmly aligned to ROI.

End-to-end NetSuite delivery. HouseBlend's core practice covers the full ERP life-cycle: readiness assessments, Solution Design Documents, agile implementation sprints, remediation of legacy customisations, data migration, user training and post-go-live hyper-care. Integration work is conducted by in-house developers certified on SuiteScript, SuiteTalk and RESTlets, ensuring that Shopify, Amazon, Salesforce, HubSpot and more than 100 other SaaS endpoints exchange data with NetSuite in real time. The goal is a single source of truth that collapses manual reconciliation and unlocks enterprise-wide analytics.

Managed Application Services (MAS). Once live, clients can outsource day-to-day NetSuite and Celigo® administration to HouseBlend's MAS pod. The service delivers proactive monitoring, release-cycle regression testing, dashboard and report tuning, and 24 x 5 functional support—at a predictable monthly rate. By combining fractional architects with on-demand developers, MAS gives CFOs a scalable alternative to hiring an internal team, while guaranteeing that new NetSuite features (e.g., OAuth 2.0, AI-driven insights) are adopted securely and on schedule.

Vertical focus on digital-first brands. Although HouseBlend is platform-agnostic, the firm has carved out a reputation among e-commerce operators who run omnichannel storefronts on Shopify, BigCommerce or Amazon FBA. For these clients, the team frequently layers Celigo's iPaaS connectors onto NetSuite to automate fulfilment, 3PL inventory sync and revenue recognition—removing the swivel-chair work that throttles scale. An in-house R&D group also publishes "blend recipes" via the company blog, sharing optimisation playbooks and KPIs that cut time-to-value for repeatable use-cases.

Methodology and culture. Projects follow a “many touch-points, zero surprises” cadence: weekly executive stand-ups, sprint demos every ten business days, and a living RAID log that keeps risk, assumptions, issues and dependencies transparent to all stakeholders. Internally, consultants pursue ongoing certification tracks and pair with senior architects in a deliberate mentorship model that sustains institutional knowledge. The result is a delivery organisation that can flex from tactical quick-wins to multi-year transformation roadmaps without compromising quality.

Why it matters. In a market where ERP initiatives have historically been synonymous with cost overruns, HouseBlend is reframing NetSuite as a growth asset. Whether preparing a VC-backed retailer for its next funding round or rationalising processes after acquisition, the firm delivers the technical depth, operational discipline and business empathy required to make complex integrations invisible—and powerful—for the people who depend on them every day.

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.