



# DELABIE puise dans les ressources d'Ibexa

## DELABIE

L'entreprise familiale française DELABIE est le leader européen des robinets et des équipements sanitaires pour les bâtiments et les installations publics. Le groupe a été fondé en 1928, mais la société a traversé dernièrement une période d'expansion internationale rapide et exporte désormais plus de 2000 produits spécialisés dans plus de 90 pays. DELABIE participe à des projets de prestige tels que le bâtiment de l'autorité portuaire à Anvers, conçu par Zaha Hadid, ou encore la construction du nouvel aéroport de Dubaï. Son parcours de transformation digitale vise à faire en sorte que le site reflète et amplifie ce prestige de marque. Cela leur permet également de séduire de nouveaux prescripteurs.

Le fabricant français et leader européen en robinetterie et équipements de sanitaires souhaitait une solution numérique répondant aux attentes de l'acheteur B2B moderne et a ainsi, depuis 2015, migré son site vers la plateforme d'expérience numérique Ibexa pour y parvenir. Le nouveau back-office fonctionne comme un PIM. Un PIM intuitif à utiliser par les éditeurs car ils orchestrent toutes les activités marketing à partir d'une seule plateforme, d'une seule voix et en temps réel. Pour les clients B2B de DELABIE, le site est plus que jamais un véritable outil de travail et le cœur de leur système d'information qui leur permet d'importer une multitude de contenus dans leurs propres catalogues et sites.

Avant de migrer vers Ibexa DXP, nous n'importions les modifications qu'une fois par mois. Maintenant, nous les exécutons en temps réel.



### Défis

- DELABIE avait une culture analogique basée sur l'impression, mais une nouvelle génération d'acheteurs s'attend à une expérience client similaire à celle de l'e-commerce
- L'empreinte en ligne est passée de deux à neuf sites ; de deux à 10 langues
- Les chefs de produit utilisaient Excel pour modifier le contenu avec des modifications importées une fois par mois
- Les imports de nuit ont ralenti le site, affectant la filiale de Hong Kong



### Résumé du Projet

- Le site Web a été migré d'eZ Publish 2.5 vers Ibexa Digital Experience Platform
- Le backoffice a été reconstruit et fonctionne comme un PIM
- La fonction de recherche a été revue pour permettre une plus grande personnalisation



### Avantages Commerciaux & Retours sur Investissements

- La gestion des produits est centralisée sur Ibexa
- Les éditeurs peuvent modifier le contenu des produits en temps réel, ce qui est un grand gain de productivité
- Les sites dans toutes les langues sont intégrés au nouveau back office et les éditeurs sont automatiquement alertés des modifications apportées au site parent
- Les PDF peuvent être générés à la volée
- Les directeurs de production ont beaucoup plus d'autonomie et n'ont pas besoin de se tourner vers le partenaire technique de DELABIE pour chaque petit changement
- Les clients et les prescripteurs rencontrent une expérience moderne, adaptable et similaire à l'e-commerce, grâce au moteur de recherche à facettes.



## Pourquoi Ibexa?

Un an après le remodelage sur eZ Publish en 2015, DELABIE a remporté un prestigieux prix national du meilleur site Web. La décision de migrer vers l'Ibexa DXP dans le cadre de la prochaine étape de sa transformation numérique n'a donc jamais été remise en doute.

L'Ibexa DXP a la puissance et la flexibilité nécessaires pour fonctionner comme un PIM, et combine cela avec une convivialité qui rend le back-office remanié accessible aux chefs de produits DELABIE. Ces derniers peuvent désormais apporter des modifications en temps réel.

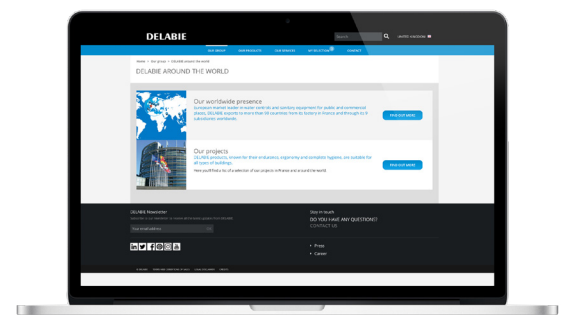
Le public B2B de DELABIE est également bien servi par Ibexa. Les recherches et le filtrage de produits sont plus personnalisables et les résultats peuvent être stockés dans une fonctionnalité de partage de données qui permet des importations transparentes dans les catalogues personnalisés pour les prescripteurs de DELABIE tels que les distributeurs ou les architectes, qui recommandent ses produits dans le cadre de leurs conceptions.

L'objectif principal était de faire une refonte technique avec beaucoup d'améliorations au niveau du back-office. DELABIE souhaitait garder le site tel quel, car il était très apprécié par les clients et par les équipes internes de DELABIE.

## L'empreinte numérique de DELABIE s'étend sur neuf sites et dix langues

DELABIE est le leader européen d'articles de robinetterie et sanitaires pour les collectivités tels que les aéroports, les stades, les écoles, les bureaux ou les restaurants. Il a ses racines et son usine de fabrication en Picardie, en France, ainsi que 2 usines au Portugal et 9 filiales à travers le monde qui lui permettent d'exporter dans plus de 90 pays.

Du point de départ qu'étaient les deux sites et de deux langues lors de sa reconversion vers eZ Publish en 2015, l'empreinte numérique du fabricant est passée à neuf sites et 10 langues. De nouvelles filiales à Dubaï et à Hong Kong ont signifié que DELABIE travaillait sur différents fuseaux horaires, ce qui a eu des répercussions sur le marketing produit, car les modifications de contenu étaient téléchargées du jour au lendemain, c'est-à-dire lorsqu'il faisait nuit en Europe.





## Les données des produits mettaient auparavant des mois à mettre à jour. Cela prend désormais quelques minutes seulement !

C'est l'une des raisons pour lesquelles, après avoir remporté le prestigieux Trophée de la Construction du meilleur site web en 2016, DELABIE a décidé en 2019 de migrer vers l'Ibexa DXP, et de redévelopper le back-office dans le cadre de ce projet technique. Elodie Picourt, Chef de Projet Web chez DELABIE, explique le contexte.

« Il ne s'agissait pas de perdre notre statut de site très apprécié dans notre domaine mais d'en apporter toujours plus à nos clients et nos prescripteurs », dit-elle. « L'objectif est de faciliter au maximum leur travail quotidien pour qu'ils préfèrent recommander les produits DELABIE non seulement en raison de leur qualité mais aussi grâce à la facilité de récupération des informations les concernant et donc de les intégrer facilement dans leurs propres dossiers »

En d'autres termes, l'expérience client devait devenir aussi intrinsèque à la marque DELABIE que ses plus de 2000 produits. Cette ambition exigeait la puissance et la flexibilité d'une plateforme d'expérience numérique moderne, comme Elodie Picourt l'a réalisé.

La migration a été mise en œuvre par le partenaire Silver Ibexa : Codéin, qui a reconstruit le back-office pour qu'il fonctionne comme un PIM, un cas d'utilisation pour Ibexa qui est de plus en plus déployé par les fabricants avec des catalogues de produits étendus. Les produits sont désormais pré-filtrés par segment dans l'arborescence des produits et peuvent être liés les uns aux autres entre les catégories de produits, une fonctionnalité marketing puissante.

La nouvelle fonctionnalité de back-office a transformé la gestion des produits pour DELABIE et son équipe de 19 éditeurs de contenu. « Auparavant, il fallait un mois pour qu'un produit soit mis à jour en ligne », explique Elodie Picourt. « Il fallait remplir une feuille de calcul Excel puis l'importer sur le site. Cet import était tellement lent que nous ne le faisons qu'une fois par mois pour chaque site afin de ne pas ralentir trop souvent les sites. Ces importations se sont déroulées de nuit, ce qui a posé des problèmes à nos collègues à l'autre bout du monde qui ont dû travailler avec un site peu performant.

Grâce à Ibexa DXP, le site est beaucoup plus efficace et l'on peut désormais tout mettre à jour en temps réel.





## Les utilisateurs peuvent créer des catalogues produits personnalisés

Le système était encombrant mais utilisable avec seulement deux sites et deux langues (dans le même fuseau horaire) mais avec 10 sites, il était devenu non seulement chronophage mais également démoralisant de procéder ainsi manuellement. « Certaines des feuilles de calcul contenaient un nombre incalculable de colonnes et autant de lignes », explique Elodie Picourt.

« Il y avait un risque élevé de perdre des informations », poursuit-elle, « parce que les fichiers de modification n'étaient pas toujours remplis correctement ou qu'ils étaient mal interprétés. Aujourd'hui, avec la fonction de comparaison de versions d'Ibexa, il n'y a plus de risque d'oublier d'indiquer les changements car cela a été automatisé. Ces modifications de version sont aussi claires que la fonction de suivi des modifications dans Word. »

De plus, les changements se produisent en temps réel, et non pas un mois après que le marketing produit ait décidé qu'un changement était nécessaire !

Cette fonctionnalité est disponible pour l'ensemble des sites de DELABIE.

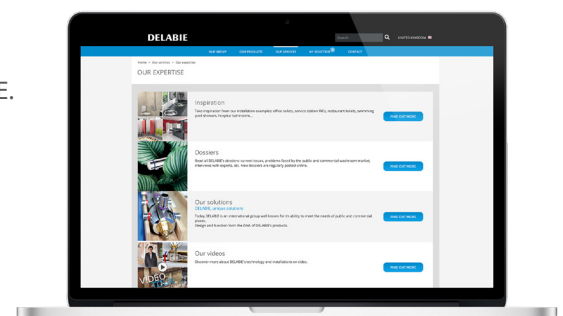
Un autre avantage de la migration est que les recherches de produits et les filtres sont plus intuitifs et complets, avec des liens intelligents vers une vaste gamme de documentation. « En interne, cela est très utile pour nos fiches produit, et pour créer des catalogues personnalisés pour accompagner nos offres », précise Picourt.

Le nouveau système est plus finement adapté aux besoins des publics spécifiques de DELABIE : les distributeurs et les grossistes, les architectes et les agences de design qui recommandent DELABIE dans le cadre de leurs plans. Ces derniers peuvent désormais facilement trouver et sélectionner des fichiers 3D, des catalogues personnalisés, des rapports avec des spécifications techniques et des instructions d'installation DELABIE et les intégrer de manière transparente à leurs propres dossiers. De cette manière, la qualité du produit et la qualité de l'expérience client fusionnent, ce qui était l'objectif de l'équipe Digitale de DELABIE.

Les grossistes peuvent importer des photographies et des descriptions de produits depuis le site DELABIE avec les catalogues personnalisés de DELABIE.

DELABIE n'a pas l'ambition de vendre en ligne, mais son site offre le type d'expérience client sophistiquée que les acheteurs B2B attendent des meilleurs portails de l'e-commerce.

La recherche de produits et le filtrage est intuitive et rapide, avec notamment des smart links vers une vaste gamme de documentation.





## Il n'y a pas besoin d'un PIM : Ibexa est l'unique source fiable de DELABIE

Elodie Picourt est déterminée à exploiter pleinement le pouvoir d'Ibexa. « Nous examinons actuellement l'ensemble de l'arborescence des produits afin d'améliorer l'expérience utilisateur », dit-elle. « Aujourd'hui, il peut parfois être difficile de choisir le bon produit sans une certaine connaissance de certaines technicités propres à notre industrie. Nous allons donc simplifier la comparaison des produits et le système de filtrage dans notre fonctionnalité de sélection de produits. »

L'expérience de DELABIE avec Ibexa est peut-être encore mieux résumée par cette observation de Elodie Picourt. « Le catalogue imprimé annuel DELABIE était un événement majeur pour nous mais aussi pour notre industrie », conclut-elle. « Nous avons l'habitude de mettre d'abord à jour nos catalogues imprimés puis les sites Web dans un second temps, mais maintenant c'est le contraire grâce aux gains de productivité et de réactivité que nous avons obtenus grâce à la plateforme Ibexa. »

Ibexa répond à tous les besoins du site web DELABIE.



« Nous sommes fidèles à Codéin en raison de leur rigueur, de leur expertise et de leur adéquation culturelle avec la façon dont nous travaillons. Ils sont proactifs et ont une connaissance approfondie des problèmes auxquels nous sommes confrontés. »

Codein, Montpellier  
1 place Francis Ponge  
34000 Montpellier  
France  
+33 9 72 42 26 03