

Sushis Sushis lance son nouveau modèle commercial 'Produits finis'



Sushi Sushi est la franchise de sushi originale et la plus grande d'Australie, avec plus de 150 points de vente en Australie et en Nouvelle-Zélande. Inspiré par une vision de faire sortir les sushis de coûteux restaurants et les rendre accessible à tous, le premier restaurant Sushi Sushi a ouvert ses portes à Box Hill en 1998.

Depuis lors, la marque n'a cessé de croître alors que l'appétit de l'Australie pour les produits frais, sains et pratiques n'a cessé d'augmenter. Sushi Sushi a, à la fois, ses franchisés et ses propres magasins, et a récemment créé une division de commerce de gros avec leurs produits frais maintenant disponibles via de grands supermarchés sélectionnés et marques de stations essences et de commodité.

Sushi Sushi fusionne les saveurs traditionnelles et contemporaines pour créer un menu unique avec des favoris bien connus, ainsi que de nouveaux produits passionnants introuvables ailleurs. Afin de fournir efficacement un assortiment croissant de produits et soutenir leur nouveau modèle commercial, Sushi Sushi a adopté Pepperi comme partie intégrante de leur entreprise.



Pepperi nous a fourni un système flexible qui prend en charge les diverses demandes de nos clients avec une expérience client conviviale.

Debbie Thomson
Directeur de la chaîne d'approvisionnement



Challenges

- 1 Disposer d'une plate-forme de vente unique servant divers type de magasins et de modèles commerciaux différents
- 2 Un système suffisamment flexible pour répondre en permanence aux demandes du marché en constante évolution
- 3 Une solution qui s'intégrera parfaitement à l'ERP de Sushi Sushi
- 4 Une capacité à faciliter les différentes heures limites de commande pour différents groupes de clients à travers plusieurs fuseaux horaires
- 5 Disposer d'une seule source de données qui est cohérente à travers l'ERP et la plateforme de ventes, rendant les changements simples et cohérent à travers les systèmes
- 6 Une solution capable de gérer diverses unités de mesure pour les mêmes articles selon différents groupes de clients
- 7 Possibilité de passer des commandes dans des endroits avec des connexions Internet intermittentes

Solutions



Plate-forme de vente B2B basée sur des app sur smartphones et tablettes



Prise en charge de plusieurs unités de mesure pour les mêmes articles



Intégration transparente avec l'ERP NetSuite



Prise en charge de différentes heures limites sur plusieurs fuseaux horaires

Portail de vente B2B

Sushi Sushi dispose d'un réseau diversifié de magasins et de clients, y compris des magasins franchisés, des magasins appartenant à l'entreprise, des magasins dans les supermarchés et clients grossistes. En 2020, Sushi Sushi, qui dépendait fortement de son entreposage interne et de l'approvisionnement en ingrédients des magasins, a mis en place un nouveau système ERP (NetSuite). Cela a permis d'intégrer un nouveau portail de vente qui offrirait une visibilité sur les commandes en magasin.

Il était vital que les systèmes et la maintenance des processus soient rationalisés afin que les changements dans un système se reflètent automatiquement dans l'autre. Avec le produit, le prix, l'unité de mesure et d'autres modifications connexes qui ont eu lieu, Pepperi a pu intégrer les modifications au fur et à mesure qu'elles se produisaient dans le portail de vente via des téléchargements planifiés. Au niveau transactionnel, les commandes des magasins ont été intégrées en temps réel - ce qui signifie que l'équipe de ventes de Sushi Sushi, la direction et les autres départements ont pu visualiser la demande à tout moment.

Le modèle commercial original de Sushi Sushi, qui fournissait des matières premières à son réseau de magasins, a évolué en 2021 pour inclure plats cuisinés à base de sushis prêts à l'emploi fabriqués de manière centralisée aux principaux supermarchés et marques de stations essences et d'épicerie de proximité. Cette extension du modèle commercial de Sushi Sushi a fait d'eux la plus grande et plus accessible marque de Sushi sur le marché australien. A fait de SUSHISUHI la marque de Sushi la plus importante et la plus disponible sur le marché australien.

Commande d'ingrédients B2B pour les magasins de sushi Sushi

L'ajout des produits de sushi fabriqués de manière centralisée a permis à Sushi Sushi d'étendre son empreinte dans des espaces de vente au détail plus petits qu'ils n'auraient pas envisagés auparavant. Cela a augmenté la croissance des divers canaux de distribution.

Image	Item Long Description	Unit Price	QTY	Total Line Price
	SS Frozen Marinated Chicken	AUD \$0.00	2	AUD \$0.00
	Frozen Teriyaki Chicken	AUD \$0.00	2	AUD \$0.00
	Meidon Cooked Prawn Cutlets	AUD \$0.00	1	AUD \$0.00
	Sushi Ebi 3L Vannamei	AUD \$0.00	5	AUD \$0.00
	Dinner Roll (no seed)	AUD \$0.00	1	AUD \$0.00
	Pre-fried Vegetable Kakiage	AUD \$0.00	2	AUD \$0.00
	SS Crumbed Panko Prawn	AUD \$0.00	1	AUD \$0.00
	Edamame Podded 400g	AUD \$0.00	3	AUD \$0.00

Cut-off Time 13:30
Shipping Date None
Prices are displayed GST exclusive

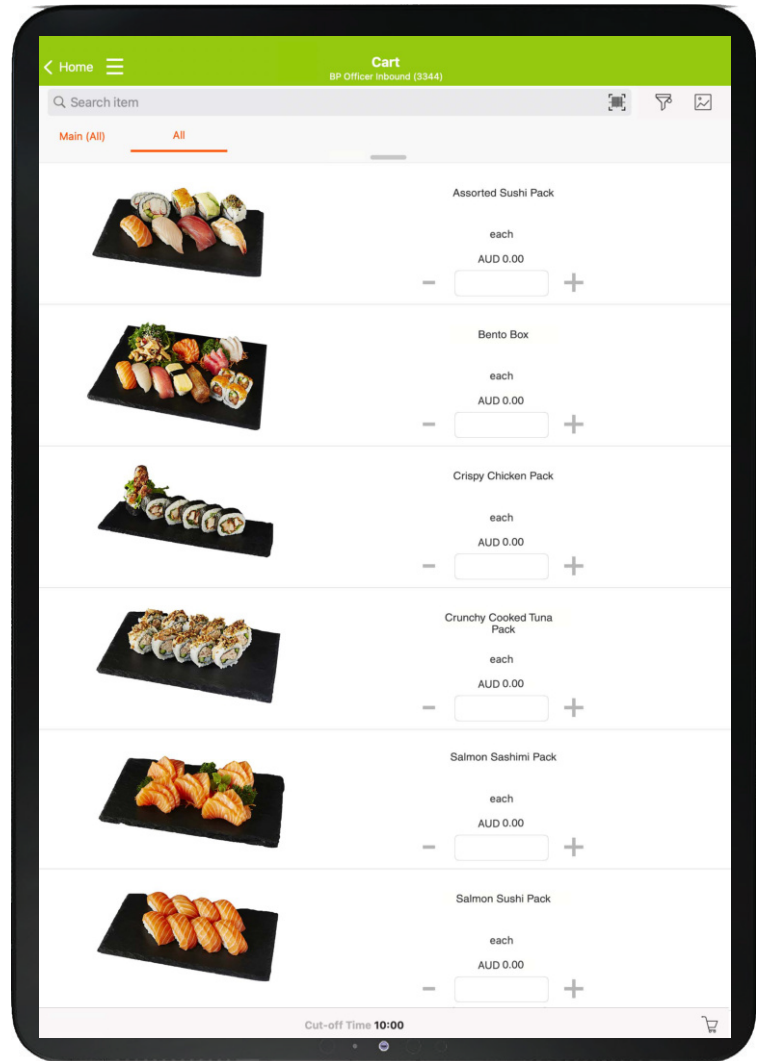
Order Total **\$0.00**

Portail de commande de produits finis B2B

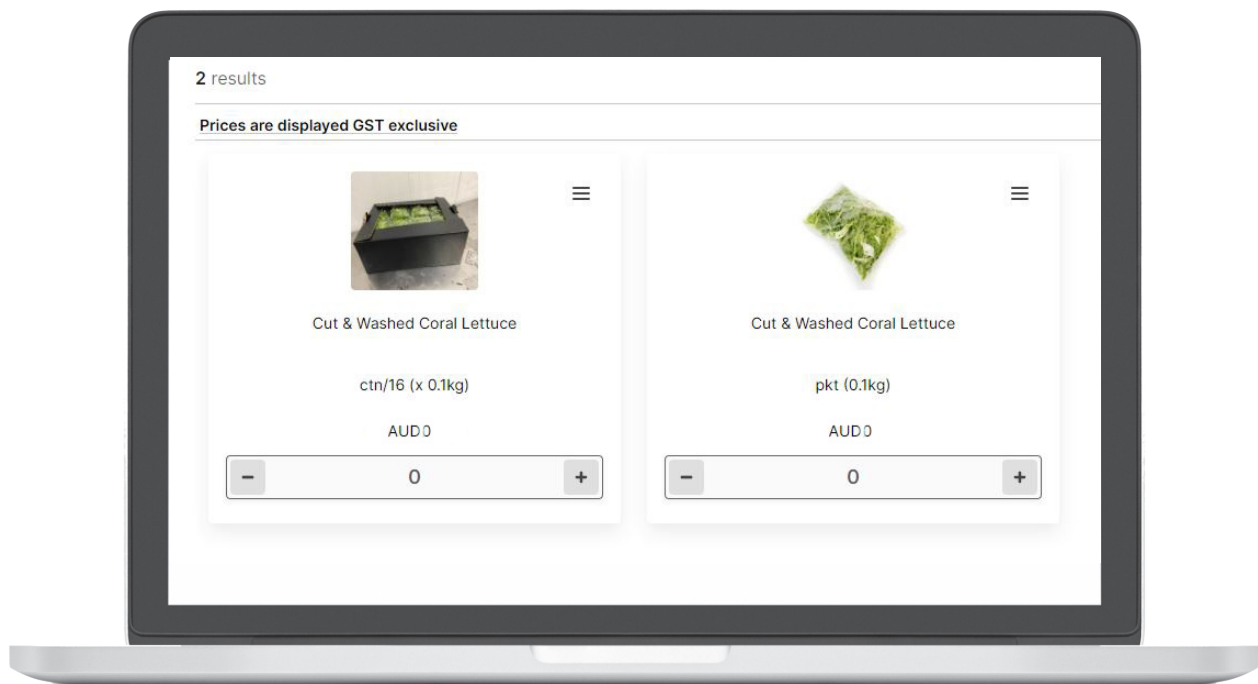
Déploiement d'un nouveau type de magasin qui s'appuyait sur les produits finis et avaient des besoins différents en termes d'unités de mesure, gamme de produits, délais, prix et procédures de tarification et commande. Sushi Sushi avait besoin d'un moyen de répondre à ces nouveaux types de magasins dans le même portail de commande. Pepperi a pu fournir les deux solutions sur une seule plateforme. →

Unité de mesure

Il était important que Sushi Sushi ait les mêmes produits disponibles en différentes unités de mesure, et de pouvoir les appliquer à différents groupes de clients. Avant Pepperi, différentes unités de mesure pour le même article nécessitaient différents codes d'article SKU pour permettre une identification entre le paquet, le kilogramme ou carton. Cette limitation impose un lourd fardeau de rapprochement des stocks pour déterminer les niveaux de stock correct et le réapprovisionnement, nécessitant des conversions calculées manuellement - en particulier avec les commandes à volume élevé.



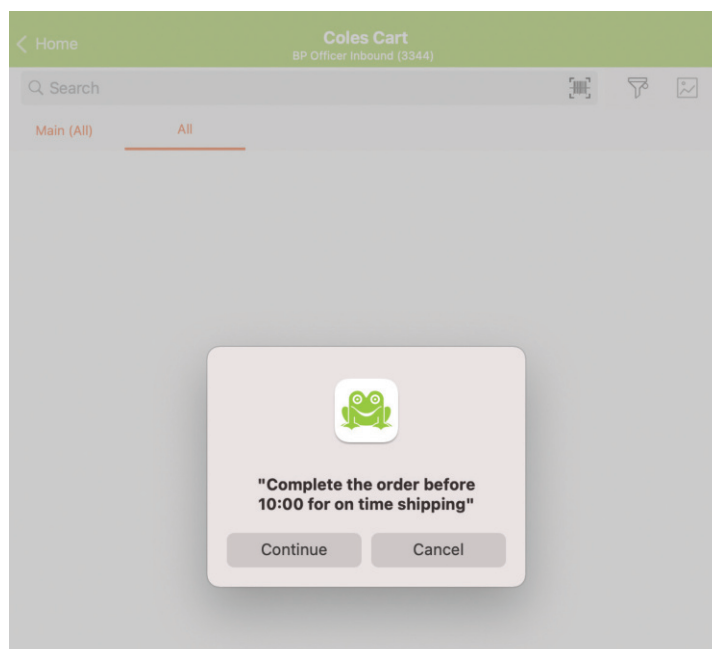
Plusieurs unités de mesure pour les mêmes articles de produit





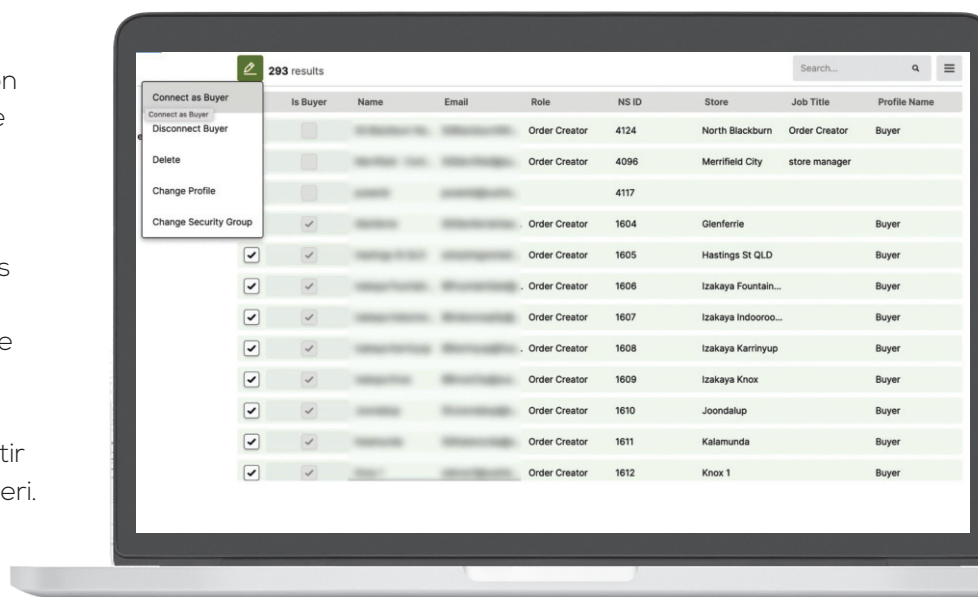
Heures limites

L'Australie a plusieurs fuseaux horaires et le système précédent n'avait pas la flexibilité de répondre aux différentes heures limites de commande pour chaque fuseau horaire. Cela avait représenté un énorme défi pour Sushi Sushi, car l'ancien système ne comportait qu'une seule heure limite nationale. Pepperi a pu répondre à différentes heures limites pour plusieurs États, ce qui a aidé Sushi Sushi à améliorer l'efficacité de ses opérations et à mieux servir ses clients.



Exigences et modifications ad hoc

L'ajout de nouveaux magasins a été un processus transparent sans aucune action spécifique requise de la part du portail de vente Pepperi. Les magasins et leurs acheteurs ont été facilement ajoutés ou maintenus automatiquement en créant simplement les nouveaux enregistrements dans l'ERP. Ces enregistrements sont automatiquement dirigés vers le portail de vente. Il était également possible de contrôler l'accès au portail en fournissant des identifiants de connexion gérés à partir des pages Web d'administration de Pepperi.



Hors ligne

Sushi Sushi avait besoin d'identifier les commandes passées par magasin mais qui n'ont pas été reçues par NetSuite en raison de problèmes informatiques techniques tels que la connectivité Internet. La section d'administration du portail de commande pourrait être utilisée pour identifier ces transactions en les comparant à NetSuite. Cela signifiait que les responsables de magasin pouvaient contacter les magasins et résoudre rapidement tout problème. Chaque transaction du portail de commande Pepperi a un numéro unique de transaction transmis à tous les enregistrements et documents nécessaires au cours du processus d'exécution, y compris les bons de livraison et les factures.

Changements mensuels réguliers

Les changements de prix des ingrédients frais qui fluctuent en fonction des conditions du marché signifiaient que les prix pouvaient changer pour le même produit dans différents États. Il était essentiel que la tarification puisse facilement être transmise en fonction de la structure de l'ERP vers le portail de vente.

Disponibilité régionale des produits

Certains types d'ingrédients ne sont disponibles que dans certaines régions. Avec Pepperi, Sushi Sushi a pu mettre des produits à la disposition de certains clients en fonction de leur emplacement, et pas pour d'autres.



L'intégration des transactions en temps réel de Pepperi dans notre ERP nous permet d'être agiles dans notre prise de décision commerciale.

Chris Dason
Chef de projet - Sushi Sushi



Actuellement, Sushi Sushi utilise le portail B2B pour le traitement des commandes de ses magasins dans le concept de ses magasins. Les commandes sont intégrées via Pepperi dans NetSuite puis remplies à l'aide d'appareils portatifs. La capacité à intégrer différents groupes de clients offre un potentiel précieux pour une expansion supplémentaire du réseau de magasins et de la clientèle de Sushi Sushi.

