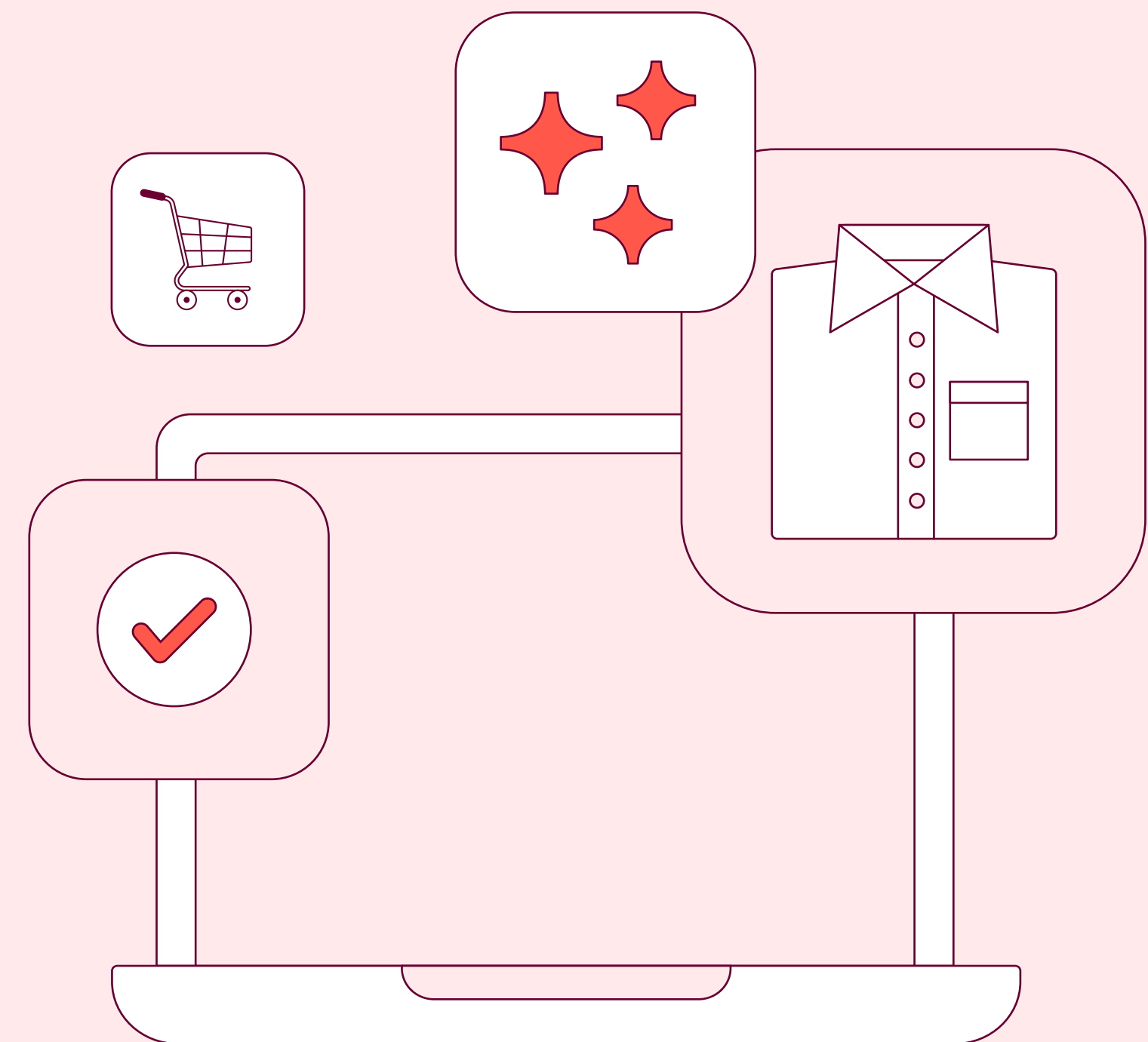


Le guide ultime du marketing retail pour la haute saison

Des processus retail et des workflows alimentés par
l'IA pour canaliser le travail, accélérer les livraisons
et faire de chaque saison un succès



Maîtriser les enjeux critiques du marketing retail	02
Mener des campagnes retail intégrées	05
Accélérer le lancement de nouveaux produits	09
Simplifier l'ouverture de nouveaux magasins	13
Améliorer la planification des stocks et des promotions	16
Renforcer l'efficacité des opérations de retail à l'aide de l'IA	20
Transformer les succès saisonniers en dynamique annuelle	23

Maîtriser les enjeux critiques du marketing retail

Les équipes marketing retail subissent une pression constante pour livrer vite, sans erreur et à grande échelle. À mesure que les campagnes impliquent davantage d'équipes et de points de contact client, la livraison devient plus complexe, les délais se resserrent et les attentes deviennent plus élevées sur tous les canaux, en ligne comme en magasin.

À la fin de l'été, les plans pour les fêtes de fin d'année sont peut-être « définitifs », mais dans le retail, « définitif » signifie rarement « terminé ». Les prix fluctuent. Les stocks s'épuisent. Les promotions évoluent. Les priorités créatives sont remaniées. Et dès qu'un paramètre change, tout le reste doit suivre.

Une simple planification ne garantit pas une saison réussie. Seule l'exécution compte, et elle nécessite des processus adaptables.

Ce guide a été pensé comme une boîte à outils pour vous permettre d'exécuter vos projets de grande ampleur

Dans le retail, l'exécution du travail est déterminante. Pour tenir leurs délais pendant les mois les plus chargés, les équipes ont besoin de workflows qui s'adaptent à la pression et aux priorités changeantes.

Ce guide s'adresse aux responsables marketing du secteur du retail et à leurs partenaires dans les domaines du branding, de la création, du merchandising et des opérations en magasin, ainsi qu'à toute personne chargée de concrétiser des campagnes lorsque les enjeux sont importants. Que vous vous occupiez des promotions de fin d'année, du lancement de campagnes saisonnières, ou que vous adaptiez à grande échelle les opérations annuelles, l'objectif est le même : rester aligné, agir vite et toujours tenir vos engagements, même lorsque les plans changent.

Utilisez-le :

- Pendant la haute saison pour coordonner vos activités, réagir aux changements en temps réel et réduire le travail manuel lorsque le temps presse
- Après la haute saison pour créer des workflows réutilisables, simplifier le travail interfonctionnel et faire évoluer vos activités dans les différentes équipes ou régions

Quand les systèmes ne peuvent pas évoluer, les campagnes stagnent

De nos jours, les campagnes couvrent plus de canaux, d'équipes et de partenaires que jamais. Mais les systèmes en place n'ont pas suivi l'évolution des enjeux. De nombreuses entreprises de retail s'appuient encore sur des outils dispersés et des workflows déconnectés pour mener à bien leurs campagnes. Les plans stratégiques sont conçus sous forme de présentations, le travail quotidien se fait via messagerie, les équipes travaillent en parallèle, mais pas toujours de manière synchronisée.

Ces outils manuels et ces communications cloisonnées créent des frictions au moment même où les équipes du marketing retail doivent être rapides et coordonnées. Sans approche commune des campagnes marketing, les équipes sont confrontées aux problèmes suivants :

- Échéances manquées et travail en double au sein des équipes de création, de merchandising et des opérations en magasin
- Urgences déclenchées par des changements de dernière minute sur les prix, les promotions ou la disponibilité des produits
- Incohérence de marque entre les différents canaux et régions
- Lancements retardés par manque de visibilité sur les transferts et les approbations
- Burnout et inefficacité face à des enjeux de performance majeurs

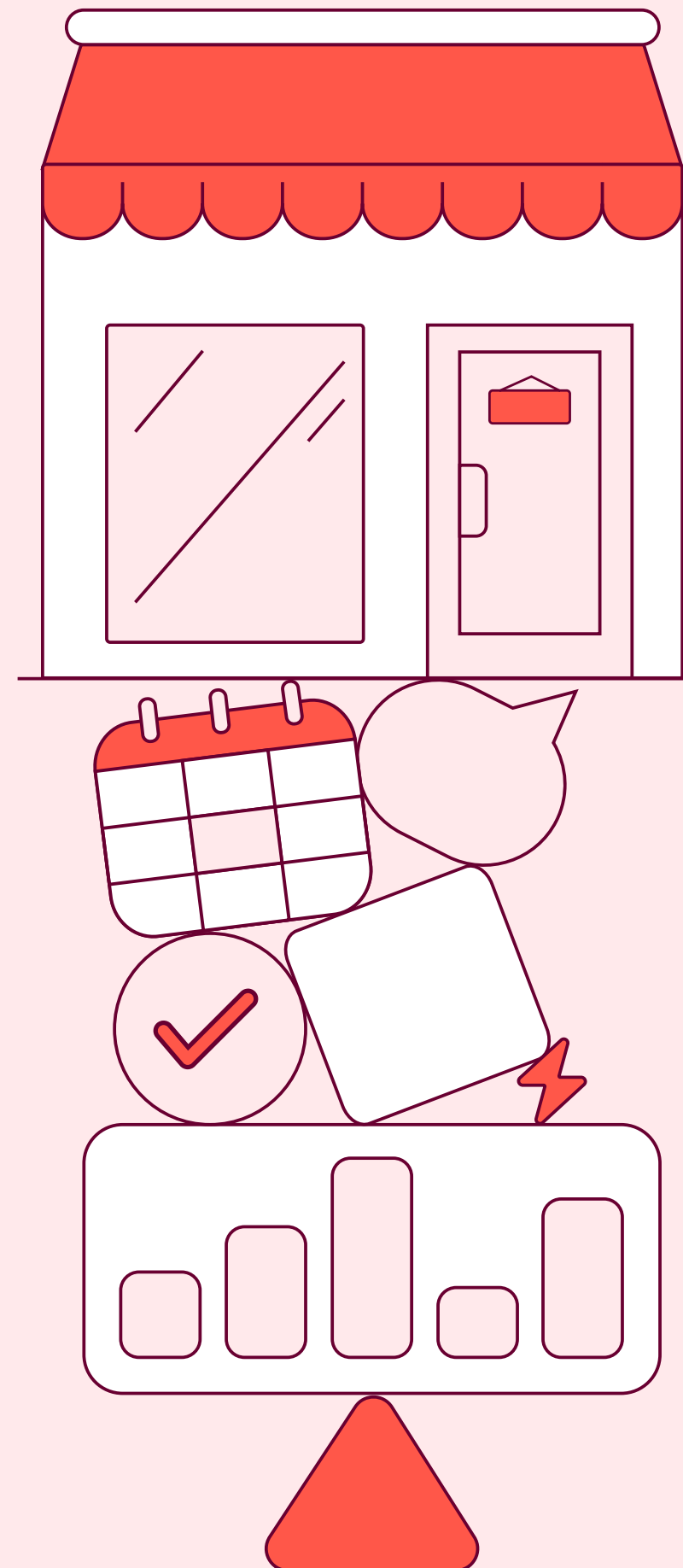
Défis opérationnels courants dans le retail et où ils apparaissent			
Défi	Où cela se produit	Impact	Solution
Exécution fragmentée des campagnes	Campagnes multicanales avec des chronologies et des ressources éparpillées	Échéances manquées, messages incohérents	Centraliser les chronologies, les ressources et les approbations pour proposer plus rapidement des campagnes cohérentes et conformes à la marque
Lancements de produits complexes	Coordination interfonctionnelle entre le marketing, le merchandising et la chaîne d'approvisionnement	Lancements retardés, promotions mal coordonnées	Utiliser des workflows de lancement connectés pour coordonner toutes les équipes, de la conception à la mise en rayon
Retards dans l'ouverture des magasins	Coordination entre la construction, la répartition des ressources, le marketing et les fournisseurs	Dépassements de budget, problèmes le jour de l'ouverture	Standardiser les processus d'ouverture des magasins et suivre la progression via un système unique et partagé
Planification des stocks et des promotions non coordonnée	Merchandising, marketing et logistique mal alignés sur les niveaux de stock	Ventes excessives, opportunités de vente manquées	Créer une visibilité en temps réel sur l'état des stocks pour aligner les promotions et la disponibilité

Votre allié pour les mois les plus chargés et une base pour la suite

Les équipes de retail ont besoin de systèmes qui centralisent le travail lié aux campagnes, réduisent les efforts manuels et s'adaptent en temps réel. Les plus performantes d'entre elles ne se contentent pas d'élaborer des plans, elles conçoivent des processus qui évoluent et s'adaptent sous la pression.

Avec la bonne approche, les équipes peuvent :

- Gérer les changements d'échéances sans perdre de temps
- Coordonner de manière fluide les équipes en magasin, les fournisseurs et les partenaires externes
- Relier la stratégie à la mise en œuvre afin que chaque partie prenante sache ce qui l'attend
- Créer des expériences client cohérentes sur les canaux en ligne et hors ligne
- Répondre rapidement aux changements de dernière minute sans sacrifier la qualité ou le contrôle
- Créer des processus de campagne réutilisables qui s'adaptent aux équipes et aux régions
- Livrer de manière fiable, même lorsque les plans de campagne changent



Lorsque tous les canaux, équipes et partenaires sont centralisés, la haute saison peut s'aborder sans stress.

Menez des campagnes retail intégrées

Par défaut, les campagnes retail les plus impactantes sont désormais omnicanales. Des publicités payantes aux e-mails, en passant par la signalétique en magasin et les présentoirs saisonniers, chaque élément doit fonctionner en harmonie pour offrir une expérience client fluide.

En coulisses, une complexité opérationnelle importante se met en place. Dans le secteur du retail, les responsables marketing doivent piloter de nombreux éléments entre équipes internes, partenaires externes et canaux clients, tout en composant avec des chronologies pouvant se chevaucher, des créations évolutives et des ajustements promotionnels de dernière minute.

Lorsque les chronologies, les briefs et les approbations sont répartis sur plusieurs outils et fils de discussion, les équipes manquent de synchronisation. Les révisions prennent du retard, les messages se perdent et les performances déclinent.

Un calendrier de campagne ne suffit pas pour bien faire les choses. Pendant les périodes d'intense activité et de forte pression, les équipes retail doivent simplifier leurs opérations en regroupant chronologies, contenus, approbations et collaborateurs au même endroit, afin d'agir plus vite, de réagir en temps réel et de garantir la cohérence sur tous les canaux.



Simplifiez les campagnes sur tous les canaux et avec tous les partenaires

- Coordonnez les campagnes, canaux et régions sur une plateforme partagée
- Centralisez les chronologies, ressources et validations pour éviter les points de blocage et le travail en double
- Standardisez les demandes de création avec des formulaires et simplifiez les révisions de A à Z
- Automatisez les suivis et les rapports pour maintenir la dynamique et réduire les tâches manuelles
- Reliez les campagnes aux objectifs de marque, aux cibles de revenus et aux indicateurs clés de performance
- Adaptez-vous rapidement aux pics saisonniers, aux tendances du marché ou aux retours clients en temps réel
- Suivez les performances et ajustez vos campagnes en direct (modification des messages ou prolongation des promotions) sans perturber le plan global
- Utilisez l'IA Asana pour rédiger des mises à jour de statut et signaler les obstacles, et le Studio IA pour automatiser vos processus de campagne de bout en bout


Coordonner des campagnes retail intégrées

Comment KENDO a fait évoluer son marketing multicanal

KENDO


Les équipes marketing et numériques de KENDO gèrent des activations de campagnes complexes, comme le lancement de nouveaux produits et de campagnes promotionnelles. Mais comme les équipes utilisaient des outils et des processus indépendants, la coordination était lente, la visibilité limitée et le travail se faisait souvent en vase clos.

Aujourd'hui, l'équipe utilise Asana comme plateforme centrale pour coordonner les activations numériques, de la planification au lancement, et aligner contenus et messages sur tous les canaux. Asana agit comme une source unique de référence, où les équipes suivent les tâches et les jalons et veillent à ce que chaque lancement respecte le message et soit déployé à temps.



Calendrier de campagne

Liste Tableau Chronologie Calendrier Gantt

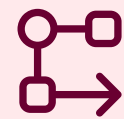
24	25	26
 Lancement de la campagne de fin d'année 1 🗨️		Teaser réseaux sociaux Bla
30	1	2
Envoi d'e-mails pour le Cyber Mo...	Activation des influenceurs du guide cadeaux	Lancement des soldes d'a

KENDO fait confiance à Asana pour :



Centraliser toutes les activations dans une même vue

Un calendrier numérique partagé relie les calendriers individuels de chaque équipe dans une même vue unifiée, afin que chacun sache ce qui est lancé et quand.



Suivre un processus de campagne cohérent

Les modèles de workflows garantissent qu'aucune étape ne soit oubliée pendant l'exécution des campagnes, offrant à l'équipe un processus reproductible pour planifier et lancer les activations.



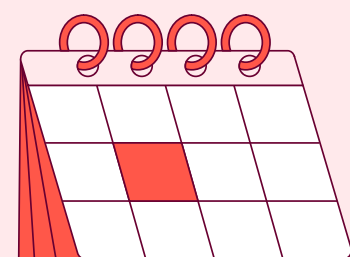
Bénéficier d'une visibilité en temps réel pour faire avancer le travail

Une plateforme centrale offre aux équipes une vue d'ensemble du travail en cours, facilitant la hiérarchisation, la collaboration et le maintien des campagnes dans les délais.

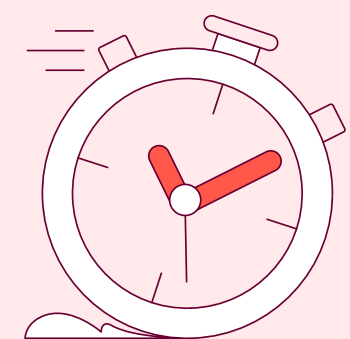


Simplifier les approbations et la prise de décision

En centralisant communication et visibilité, les équipes accélèrent les validations et permettent aux responsables de débloquer rapidement le travail.



87 jours de travail récupérés chaque année, auparavant consacrés à la coordination des efforts



58 % de temps gagné en plus d'une année sur l'autre grâce à l'adoption d'Asana



Impact des campagnes amplifié grâce à une planification centralisée

“

Nous sommes désormais en mesure d'aligner notre contenu et nos messages sur tous les canaux pour lancer des activations numériques plus efficaces grâce à nos workflows simplifiés et à notre calendrier numérique sur Asana.

Julia Ball
Chef de projet senior, numérique et contenu
KENDO

Accélérer le lancement de nouveaux produits

Les lancements de produits sont des moments importants pour les équipes retail. Derrière chaque lancement réussi se cachent des mois de coordination et de transferts soigneusement planifiés entre les équipes, les fournisseurs et les partenaires créatifs.

De l'emballage à la tarification, en passant par la création, le merchandising et le déploiement en magasin, les lancements exigent une coordination étroite entre plusieurs équipes, souvent dans des délais serrés qui peuvent changer à la dernière minute. Les retards dans la chaîne d'approvisionnement, les changements de packaging ou les ajustements de prix peuvent déclencher une réaction en chaîne qui impacte l'ensemble du lancement. Sans visibilité partagée, les équipes perdent du temps à rechercher des informations, à effectuer des tâches en double ou à passer à côté de dépendances.

Lorsqu'un retard à un niveau bloque l'ensemble du lancement, l'avancement est freiné par la coordination manuelle. Ces défaillances peuvent ralentir la mise sur le marché, impacter la pertinence des promotions et nuire aux ventes.

Pour rester dans les délais, les acteurs du retail ont besoin de systèmes flexibles et centralisés qui permettent à tous, des équipes produit aux équipes chargées des opérations en magasin, de rester informés des événements, des changements et des prochaines étapes.



Créer des systèmes de lancement flexibles et interfonctionnels

- Gérez les lancements, de l'approbation du concept à la disponibilité en magasin, depuis une plateforme centrale
- Coordonnez de manière fluide les équipes régionales, de conception, de production et de marketing dans une vue centralisée
- Gérez les calendriers multicanaux pour les lancements en magasin, en ligne et en gros sans perdre de temps lorsque les plans changent
- Suivez le travail de préproduction comme le développement d'échantillons, les séances photo, les lookbooks et les assets créatifs au même endroit
- Standardisez les demandes de réception des produits pour ajuster rapidement les détails comme la tarification ou le positionnement
- Repérez les obstacles avant qu'ils ne retardent les dates de mise sur le marché
- Utilisez l'IA Asana pour suivre la progression et résumer automatiquement les mises à jour, et le Studio IA pour générer des briefings de lancement structurés
- Affichez tous les lancements actifs dans un seul portefeuille, avec une visibilité sur les jalons, les priorités et les objectifs stratégiques

Accélérez vos lancements de produits

Comment Beauty Pie gère plus de 100 lancements de produits par an

BEAUTY PIE

Beauty Pie gère plus de 100 lancements de produits chaque année, chacun impliquant de longs délais, des exigences en constante évolution et une collaboration étroite entre les équipes de développement produit, de marketing, de conformité, d'emballage et de chaîne d'approvisionnement.

Avant Asana, la fragmentation des outils et l'incohérence des processus compliquaient le maintien des projets dans les délais. Les tâches n'étaient pas clairement attribuées, les responsabilités mal définies et la direction manquait de visibilité sur les échéances et les risques.

Aujourd'hui, Beauty Pie utilise Asana pour gérer l'ensemble du cycle de lancement de ses produits. Des processus standardisés, une visibilité en temps réel et une attribution claire des responsabilités permettent de respecter les délais de lancement, même lorsque la complexité augmente.

🚀 Lancement du coffret de soins spécial Saint-Valentin				
Nom de la tâche	Priorité	Service	Échéance	+
▼ Planification ⚡				
✓ Finaliser la formule du coffret	Élevée	Dév. produit	14 nov.	
✓ Valider le brief marketing	Élevée	Marketing	20 nov.	
▼ Production				
✓ Lancer les contrôles de conformité	Élevée	Réglementaire	2 déc.	
✓ Planifier une séance photo thématique	Moyenne	Création	5 déc.	
▼ Lancement				
✓ Publier la page Détails de produit	Moyenne	Web	6 janv.	
✓ Lancer une campagne marketing 2 📌 2 💬 2 🗂	Élevée	Marketing	13 jan	

Beauty Pie utilise Asana pour :



Standardiser les processus de lancement de produits

Les modèles garantissent la cohérence des lancements, réduisant ainsi le travail initial et aidant les équipes à livrer les produits à temps sur le marché.



Attribuer clairement les tâches pour faire avancer le travail

Les propriétaires de tâches et les tableaux de lancement dédiés garantissent la responsabilisation et permettent aux collègues d'intervenir facilement en cas d'absence.



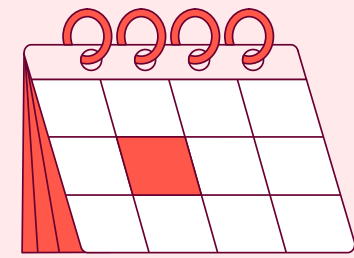
Respecter les délais de lancement

Les équipes suivent les jalons clés et les dépendances de tous les lancements de produits, donnant ainsi à l'équipe de direction et aux contributeurs une visibilité en temps réel sur le statut des projets.

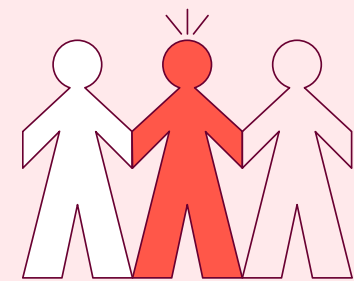


Se concentrer sur les tâches à fort impact

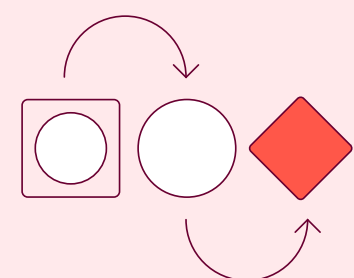
Les champs personnalisés mettent en évidence les principales priorités, afin que les équipes puissent se concentrer sur les tâches critiques et respecter les délais.



444 jours de travail récupérés, soit une économie estimée à 124 600 €



Collaboration interfonctionnelle en hausse de 61 %, favorisant une meilleure coordination entre les services



Plus de 100 lancements de produits gérés chaque année grâce à des processus standardisés garantissant le respect des délais

“

En tant que petite entreprise gérant un volume important de projets complexes, nous avons besoin d'un moyen de gérer cette complexité. Grâce à Asana, nos équipes peuvent accéder exactement à ce dont elles ont besoin parmi des centaines de projets. Ainsi, tout le monde sait ce qu'il doit faire et pour quand, ce qui nous permet de respecter nos délais de lancement.

Katie Sissons
Responsable de programme senior
Beauty Pie

Simplifier l'ouverture de nouveaux magasins

Peu d'initiatives de retail exigent autant de coordination pratique que l'ouverture d'un magasin. Ces lancements impliquent plusieurs services, partenaires et systèmes, ce qui fait de la coordination un défi permanent. De la construction des locaux au marketing, au merchandising et à la répartition des ressources, la réussite des lancements exige une coordination étroite entre des dizaines d'équipes, qui travaillent souvent selon des calendriers distincts, avec des outils différents et dans plusieurs régions.

Certains jalons sont fixes, comme l'installation de la signalétique ou l'achèvement de la construction. D'autres sont continus, comme l'onboarding de nouveaux collaborateurs ou la mise en œuvre de formations en magasin. Sans système central pour gérer l'ensemble du projet, les détails passent entre les mailles du filet. Les équipes s'appuient sur des discussions par e-mail, des feuilles de calcul ou des outils de suivi indépendants pour rester informées : il suffit alors qu'un seul groupe manque une échéance pour retarder l'ouverture dans sa globalité.

Ces revers ne se limitent pas au jour de l'ouverture. Ils peuvent impacter les prévisions de revenus, nuire aux objectifs de croissance et dégrader l'expérience client sur les nouveaux marchés.

Pour réaliser des ouvertures de magasins avec moins de stress et plus de cohérence, les équipes retail ont besoin d'une approche standardisée qui connecte toutes les parties prenantes dans un seul système, avec des échéances et des responsabilités claires, et la flexibilité nécessaire pour s'adapter si besoin.



Standardisez les opérations de lancement de magasin sur tous les marchés

- Gérez tous les aspects des ouvertures de magasins, de la planification des stocks et du merchandising à la coordination des fournisseurs, dans un système centralisé
- Alignez les tâches entre les équipes internes et externes (locaux, construction, marketing, répartition des ressources, opérations) avec des modèles personnalisés et réutilisables
- Centralisez la communication et l'accès des fournisseurs avec des intégrations comme Outlook
- Maintenez la cohérence du branding avec des briefs partagés, des listes de contrôle standardisées et une plateforme centrale pour les assets créatifs
- Suivez les tâches critiques comme la configuration des stocks, l'installation de la signalétique, l'onboarding et la formation du personnel au même endroit
- Gérez la répartition des ressources sur tous les sites avec la planification des capacités
- Ajoutez des responsables et des échéances pour améliorer la responsabilisation et éviter les retards entre les services
- Automatisez les étapes récurrentes comme les listes de contrôle d'onboarding, les approbations d'assets et les jalons de lancement pour gagner du temps
- Réceptionnez et redirigez les demandes, telles que les mises à jour du site, les modifications ou les approbations, via des formulaires pour vous assurer qu'elles parviennent rapidement à la bonne équipe
- Utilisez le Studio IA pour simplifier les processus des fournisseurs, compiler les informations des prestataires à partir de listes prédéfinies et signaler les données manquantes
- Surveillez la progression interfonctionnelle en temps réel avec des tableaux de bord de rapports, identifiez les risques rapidement et générez des résumés de préparation des magasins alimentés par l'IA

Assurer des ouvertures de magasins réussies

Comment les équipes retail ouvrent de nouveaux magasins dans les temps ?

Entre construction, autorisations, merchandising, recrutement, marketing et coordination des fournisseurs, ouvrir un nouveau point de vente retail implique de gérer des centaines de paramètres dans un laps de temps limité. En l'absence de processus clair et de visibilité en temps réel, les retards s'accumulent, les coûts augmentent et la cohérence de la marque en pâtit.

Avec Asana, les commerçants coordonnent chaque étape de l'ouverture d'un magasin depuis une plateforme unique. Les équipes s'alignent sur un plan et une chronologie uniques, identifient les risques en amont et maintiennent la synchronisation entre équipes internes et fournisseurs externes. Grâce à l'automatisation alimentée par l'IA, aux mises à jour en temps réel et aux outils intégrés, le travail avance plus vite pour garantir des ouvertures ponctuelles, conformes à la marque et prêtes pour accueillir les clients.

Ouvrir cinq nouveaux magasins d'ici 2026

40 % / 100 % ⚡

3 projets centralisés

- Boutique de Paris 20 %
- Boutique de Londres 30 %
- Boutique de Berlin 70 %

À propos de cet objetif

Appartient à Coral Meier

Équipe responsable Expansion du retail

Type d'objectif Objectif

Période AF26

Échéance 30 nov.

Demander à l'IA Asana

Instruction: Quels obstacles pourraient retarder l'ouverture de notre boutique parisienne ?

Réponse: Défis à relever dans le cadre des projets liés à cet objectif :

- Retard dans l'expédition du mobilier et de l'agencement du magasin
- La validation des designs finaux de la signalétique en magasin est toujours en attente

Ouvertures de boutiques retail

Nom	Équipe	Jalons
Aménagement de la boutique de Paris	Installations	✓ ✓ ✗ ◻ ◻
Acquisition du site de Londres	Immobilier	✓ ✓ ✓ ✓ ✓
Ouverture officielle à Berlin	Marketing	✓ ✓ ✓ ✓ ✓

Les équipes retail utilisent Asana pour :



Aligner les équipes sur un même un plan d'ouverture

Les portefeuilles offrent une vue centralisée de toutes les ouvertures de magasins, avec un suivi en temps réel de la progression, des budgets et des jalons clés.



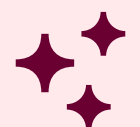
Simplifier la collaboration entre fournisseurs et prestataires

Les intégrations Outlook ou Gmail convertissent les e-mails en tâches faciles à suivre et regroupent tous les documents des fournisseurs au même endroit.



Standardiser les processus pour plus de cohérence

Les modèles créent des workflows structurés pour assurer le respect des étapes et des exigences de l'entreprise à chaque ouverture.



Repérer et résoudre les risques avant qu'ils ne causent des retards

Le Studio IA signale les problèmes potentiels, tels que les interruptions de service des fournisseurs, et les achemine automatiquement vers le bon propriétaire en lui indiquant clairement les prochaines étapes à suivre.

Améliorer la planification des stocks et des promotions

Dans le retail, les promotions s'enchaînent rapidement, contrairement aux stocks qui parfois accusent des retards. Pour réussir, il faut avoir les bons produits, au bon endroit et au bon moment. Entre merchandising, marketing, logistique et opérations en magasin, la coordination de ces éléments exige une synchronisation étroite entre équipes et chronologies.

Cette complexité opérationnelle s'accroît lorsque les équipes marketing et merchandising manquent de visibilité en temps réel sur la disponibilité des produits, les niveaux de stock ou les spécificités régionales. Les responsables de magasin et les équipes de terrain sont souvent les premiers à repérer les problèmes, mais sans processus clair pour signaler les besoins urgents, ces alertes ont tendance à se perdre dans les échanges ou n'arrivent pas aux bonnes équipes à temps.

Lorsque la planification s'effectue indépendamment de la chaîne d'approvisionnement ou des opérations en magasin, les équipes risquent de promouvoir des produits en rupture de stock, de désaligner les offres en ligne et en magasin, ou d'appliquer des prix ne reflétant pas les conditions en temps réel. Ces défaillances nuisent à la confiance des clients, impactent les revenus et accentuent la pression sur des équipes déjà fortement sollicitées.

Pour garantir l'adéquation entre offres et stocks, les équipes retail ont besoin d'un système partagé offrant à chacun la visibilité, la structure et la réactivité nécessaires pour agir en temps réel.



Créez de la visibilité en temps réel sur les stocks et les campagnes promotionnelles

- Centralisez la réception des demandes et des ruptures de stock dans l'ensemble des magasins
- Utilisez des formulaires pour recueillir des informations clés (SKU, emplacement, urgence et calendrier) en une seule étape
- Simplifiez la communication entre le merchandising, la logistique, les opérations en magasin et les fournisseurs externes
- Suivez chaque demande, de la soumission à la résolution, grâce à un statut, un propriétaire et une chronologie bien définis
- Hiérarchisez le travail à l'aide de champs personnalisés indiquant l'urgence, la région, le fournisseur, l'impact budgétaire et d'autres critères essentiels
- Gérez les correctifs à court terme, les réapprovisionnements et les plans de redistribution à long terme au sein d'un même portefeuille
- Joignez les bons de commande directement aux tâches concernées pour un suivi et une validation rapides
- Utilisez le Studio IA pour détecter les informations manquantes dans les demandes et inviter automatiquement les auteurs à les compléter
- Générez des mises à jour de statut alimentées par l'IA pour tenir les parties prenantes informées des ruptures, des problèmes d'approvisionnement ou de la préparation des promotions

Optimiser la gestion des stocks

Découvrez comment The Citizenry a simplifié le suivi des stocks multi-canaux

THE CITIZENRY

Entre développement, design et production, ses équipes gèrent parfois jusqu'à dix lancements simultanés, chacun comptant une centaine de tâches et de nombreuses parties prenantes. À mesure que l'entreprise se développait, la gestion des lancements et des stocks à l'aide de feuilles de calcul entraînait des retards, des étapes manquées et des mises à jour chronophages sur plusieurs outils.

Asana offre désormais à The Citizenry une plateforme unique pour suivre le développement, le lancement et les stocks produits. Ses processus standardisés, ses modèles de projet et ses chronologies claires aident les équipes à rester alignées, à améliorer la visibilité et à accélérer les livraisons.

Formulaire de mise à jour des stocks

Ajouter une description de formulaire

Nom du produit *

Code produit (SKU) *

Statut des stocks *

Suivi des stocks

Nom de la tâche	Code produit (SKU)	Statut des stocks	Emplacement des boutiques	+
✓ Tapis marocain en laine	SKU-2219	Faible	Manhattan	
✓ Parure de taies d'oreiller en lin	SKU-5498	À réapprovisio...	Austin	
✓ Vase artisanal en céramique	SKU-9101	Sortie		
✓ Plateau en bois de teck	SKU-1112	Faible		

Formulaire envoyé

Ajouter au projet

Demandes de stocks

Attribuer la tâche à Kai Nani

The Citizenry fait confiance à Asana pour :



Suivre les problèmes liés aux stocks en parallèle des plans de lancement

Des projets dédiés permettent aux équipes de surveiller les stocks et d'améliorer les transitions entre développement produit, exécution et e-commerce.



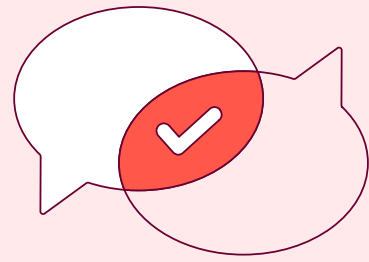
Centraliser les échéances et les responsabilités

Des chronologies claires, une visibilité sur les dépendances et l'état d'avancement des projets limitent les réunions de suivi et les mises à jour redondantes.



Faire évoluer les lancements sans compromettre la cohérence

Des modèles de projet et des processus conçus par les équipes garantissent une exécution homogène, même lorsque les effectifs ou le nombre de lancements augmentent.



Feedback 60 % plus rapide
sur les problèmes de stocks



Moins de dates d'expédition manquées
et d'articles en rupture de stock



Plus d'opportunités de prévente pour
les articles précédemment marqués
« en rupture de stock »

“

Le nombre de produits
survendus est en baisse, de
même que les prises de contact
avec les clients pour repousser
les dates d'expédition.

Andrea Georgi
Directrice e-commerce
The Citizenry

Renforcer l'efficacité des opérations de retail à l'aide de l'IA

Dans le retail, même de petits retards ou des détails manqués peuvent avoir un impact sur l'expérience client et les revenus. L'IA Asana et le Studio IA aident les équipes à travailler plus rapidement et plus intelligemment, en automatisant les tâches récurrentes, en faisant remonter les bonnes informations au bon moment et en donnant à chacun le contexte nécessaire pour prendre des décisions en toute confiance.



“

La possibilité d'obtenir des données sur l'ensemble des applications grâce à l'IA Asana va révolutionner la façon dont nous lançons nos produits et nos campagnes.

Adam Kite
Vice-président des opérations de branding,
contenu et marketing
Relex

Comment les équipes retail utilisent l'IA Asana

Bénéficiez d'une clarté instantanée

Générez des mises à jour de statut alimentées par l'IA pour partager la progression des ouvertures de magasins, des campagnes ou des lancements de produits, sans avoir à créer de rapports manuels.

Résumez et partagez les mises à jour en quelques secondes







Créez automatiquement des briefings, des mises à jour d'inventaire ou des résumés de campagne afin que les parties prenantes restent alignées sans avoir à rechercher les informations.

Lancer la campagne des fêtes de fin d'année 2025


50 % / 100 % ⚡




3 portefeuilles associés

 Production créative Noël/Nouvel An 2025	
 Plan média omnicanal Noël/Nouvel An 2025	
 Déploiement du merchandising en magasin Noël/Nouvel An 2025	

 Rédiger une ébauche avec l'IA Asana

 Création du rapport de statut...

 Dans les délais

Résumé

La campagne des fêtes de fin d'année progresse comme prévu, les principaux assets créatifs ont été approuvés et leur distribution est prévue. Les équipes des magasins régionaux ont confirmé qu'elles étaient prêtes pour les présentoirs en magasin, et les expéditions des fournisseurs respectent le calendrier attendu. Aucun risque majeur n'a été identifié à ce stade.

Comment les équipes retail utilisent le Studio IA

Hiérarchisez et traitez les demandes entrantes

Recueillez les nouvelles demandes, signalez celles qui sont incomplètes, rassemblez les informations nécessaires pour commencer à travailler, puis attribuez-les automatiquement aux bonnes personnes.

Simplifiez la mise en œuvre des campagnes et des lancements

Créez des briefs structurés à partir de vos notes, e-mails et documents épars, suggérez les bons réviseurs et vérifiez que les créations sont conformes aux standards de la marque avant leur mise en ligne.

Planifiez vos campagnes avec précision

Réalisez des études de marché, générez des chronologies de campagne et de lancement, et attribuez des tâches instantanément.

The screenshot displays the Studio IA interface with a workflow for quality control and AI creation. At the top, there is a header with a lightning bolt icon, the text "Demander un contrôle qualité", and a toggle switch labeled "Studio IA". Below the header, there are two main action boxes. The first box, titled "Vérifier si Informations manquantes dans la demande", contains a "Utiliser l'IA" button. The second box, titled "Exécuter cette action Ajouter un commentaire", also contains a "Utiliser l'IA" button. Below these boxes, there is a section titled "Créer avec l'IA" which contains a text box with the following text: "Lorsqu'une demande d'inventaire est soumise, vérifiez qu'elle contient toutes les informations requises. Si ce n'est pas le cas, invitez le demandeur à les ajouter. |".

Transformer les succès saisonniers en dynamique annuelle



La haute saison et les fêtes de fin d'année sont les moments les plus chargés pour le retail, mais le travail ne s'arrête pas à la fin des soldes. Que vous meniez des campagnes, lanciez des produits, ouvriez des magasins ou synchronisiez les promotions et les stocks, la réussite commerciale ne dépend pas seulement de bonnes idées : elle nécessite des systèmes connectés, des attributions claires et la capacité de s'adapter rapidement quand les priorités changent.

Avec un système efficace, les processus adaptés aux mois les plus chargés peuvent assurer votre réussite tout au long de l'année. Grâce à des workflows standardisés, une visibilité partagée et l'automatisation, les équipes peuvent agir rapidement et s'adapter en toute confiance. Vous pouvez ainsi offrir des expériences fluides qui fidélisent les clients et stimulent la croissance, quelle que soit la saison.

Transformez les tâches retail à fort enjeu en résultats

Découvrez comment Asana aide les équipes de marketing retail à obtenir des résultats optimaux sur tous les canaux et à chaque saison

[En savoir plus](#)

Contactez notre équipe

Suivez une démo personnalisée pour voir comment Asana peut aider vos équipes de marketing retail

[Contacter le service commercial](#)

