





Dynamics 365 Business Central

# Déploiement SaaS avec Intégration E-Commerce



**Eric Jouet**

Finance and Operations Director

**GALÉNIC**  
PARIS



**Etienne Leneveu**

Chef de produit NAV-Business Central

Email : [etienne.leneveu@isatech.fr](mailto:etienne.leneveu@isatech.fr)

 **isatech**

## [ADN DE LA MARQUE]

« La BEAUTE n'est pas un territoire de promesses,  
mais celui de la SCIENCE »

Le nom Galénic donne tout son **sens** à la marque.

Le nom est un clin d'œil à une discipline "la galénique" et qui tire son nom de son fondateur GALIEN, un médecin grec.

La galénique consiste à **potentialiser l'efficacité des actifs.**



# GALÉNIC

PARIS



## [ORIGINE]

Tout commence **avec Pierre Fabre** : un pharmacien français visionnaire et fondateur de l'un des plus grands laboratoires pharmaceutiques d'Europe. Passionné de cosmétiques, Pierre Fabre fonde Galénic en 1978 pour séduire les femmes élégantes et intelligentes.

50 ans plus tard, nos formateurs sont toujours **inspirés par cette science de la formulation** et créent les formules de beauté **les plus avancées**.



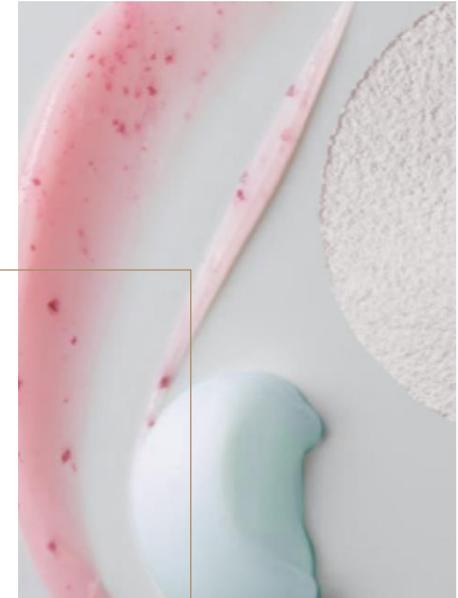
Pierre Fabre, founder



## [ LES GALENIQUES DE GALÉNIC ] :

**Textures inédites, intelligentes, étonnantes au raffinement extrême**

- Un gel-cème d'un rose délicat avec des micro-particules d'un rose profond
- Une poudre
- Un sérum micro bulles
- Un gel d'eau ultra transparent
- Une mousse double transformation



## [GALENIC BUSINESS]

- 20 M€ de CA net de la marque soin de la peau
- Axé sur les soins du visage des femmes, principalement sur les 2 principaux besoins anti-âge et hydratants, 40 sku
- Principalement distribué en Europe de l'Ouest, dans les pharmacies et parapharmacies (10 pays) et récemment lancé avec succès en Chine T Mall
- Tarification Premium & accessible : 30 – 100€
- Construite autour de produits héroïques
- Très apprécié par les consommateurs : note moyenne 4,8 /5

[2021 ÈRE DE CHANGEMENT]



**Création de GALENIC COSMETICS LABORATORY**

By Yatsen & Pierre Fabre

2 rue d'Austerlitz , Toulouse

**Yatsen** est une LICORNE CHINOISE

Yatsen est un LEADER sur le marché CHINOIS de la beauté.

Fondée en 2016, Yatsen a lancé **trois marques** de cosmétiques et de soins de la peau à **croissance rapide** et à **succès** : Perfect Diary, Little Online et Abby's Choice. Perfect Diary, est devenue **la première marque de cosmétiques de couleur (N°1) en Chine** trois ans après son lancement.

Yatsen a réalisé au cours des 12 derniers mois un chiffre d'affaires de **658M\$** (croissance de 377%).  
Introduction en bourse fin 2020.

**Pierre Fabre** est le 2nd GROUPE DE DERMO-COSMETIQUES AU MONDE

Pierre Fabre est le 2ème laboratoire dermo-cosmétique au monde, **le 2ème groupe pharmaceutique privé français**. Son portefeuille comprend plusieurs franchises médicales et **marques internationales** dont Pierre Fabre Oncologie, Pierre Fabre Dermatologie, Eau Thermale Avène, Klorane, Ducray, René Furterer, A-Derma, Naturactive, Pierre Fabre Oral Care.

En 2020, Pierre Fabre a réalisé **2,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires** dont 65 % à l'international

## [DE NOUVELLES AMBITIONS]

DEVENIR une **marque mondiale de soin premium** sur le marché international et capitaliser sur le **savoir-faire français**

DEVELOPPER des produits qui répondent aux **besoins des consommateurs** du monde entier

OFFRIR aux consommateurs un voyage passionnant et devenir **la marque la plus appréciée** des consommateurs

[MAIS LA MÊME ADN]



**LA HAUTE QUALITE FRANCAISE**



## [OBJECTIFS DE GALÉNIC POUR LES 2 PROCHAINES ANNÉES]

- Améliorer la **notoriété de la marque** en tant que marque **premium**
- Accélérer le **volume des ventes** à l'échelle mondiale

En investissant dans **l'image de marque** et le **marketing d'influence** à l'échelle mondiale

En entrant dans de **nouveaux canaux de prestige** on& offline et à l'échelle mondiale

En apportant des innovations haut de gamme grâce à une **R&D avancée et exclusive**

## 1. Un planning contraint

Fin Juin 2021 : Arrêt de la mise à disposition du système informatique et logistique de Pierre Fabre (signature du projet début Avril 2021) → 2 mois pour faire le déploiement

## 2. Une organisation en cours de construction

Mise en place d'un management de transition (externe) endossant le rôle de CDP Client, arrivée des collaborateurs en cours, voire post déploiement.

+ Consultants Externes AMOA impliqués sur toutes les phases.

Process internes en cours de définition.

## 3. Un nouveau positionnement marché

Poussé par le groupe Yatsen. Ce nouveau positionnement est également multicanal.

## 4. Une nouvelle organisation logistique

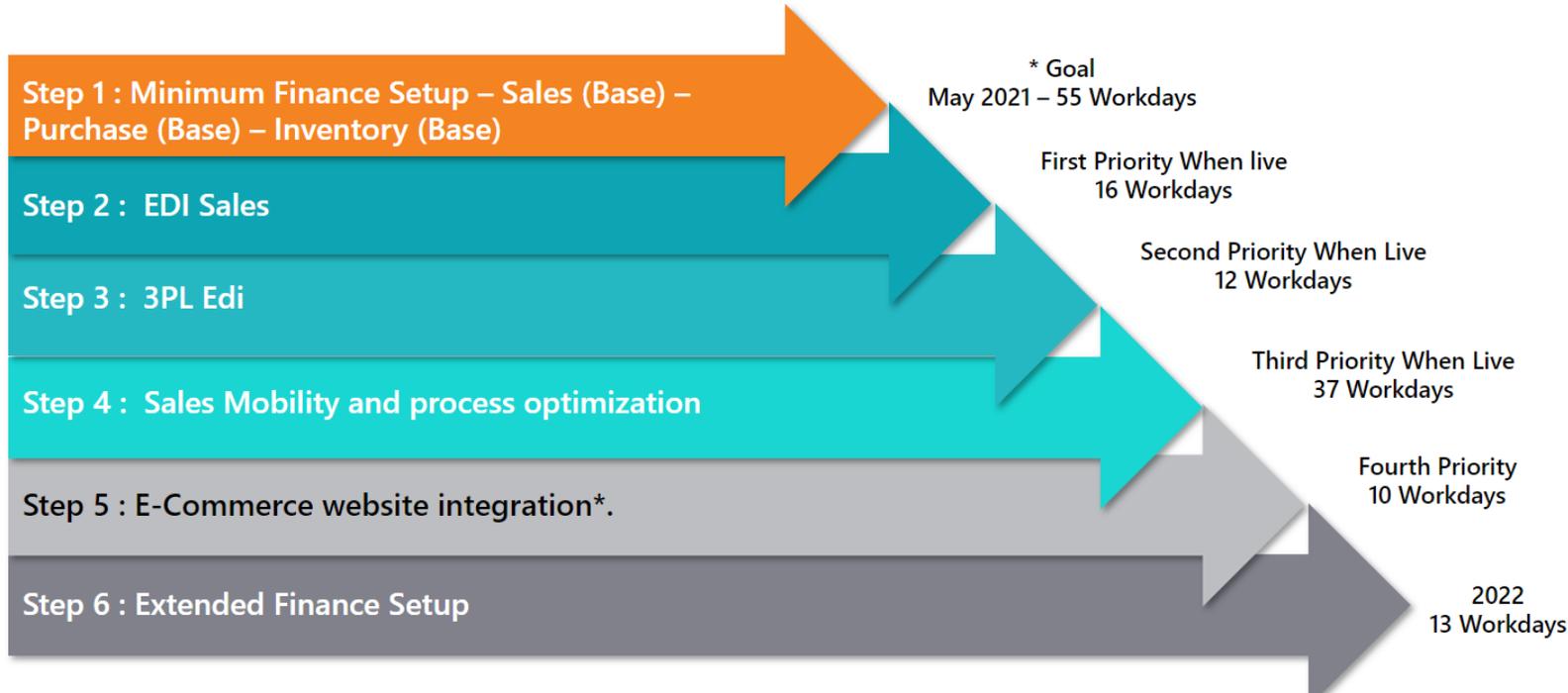
Intégration du logisticien (Dispéo) avec un EDI dédié.

## 5. Contexte Covid

Projet entièrement vendu et fait à distance (mais AMOA sur place)

# → Point de départ – 13/4/2021

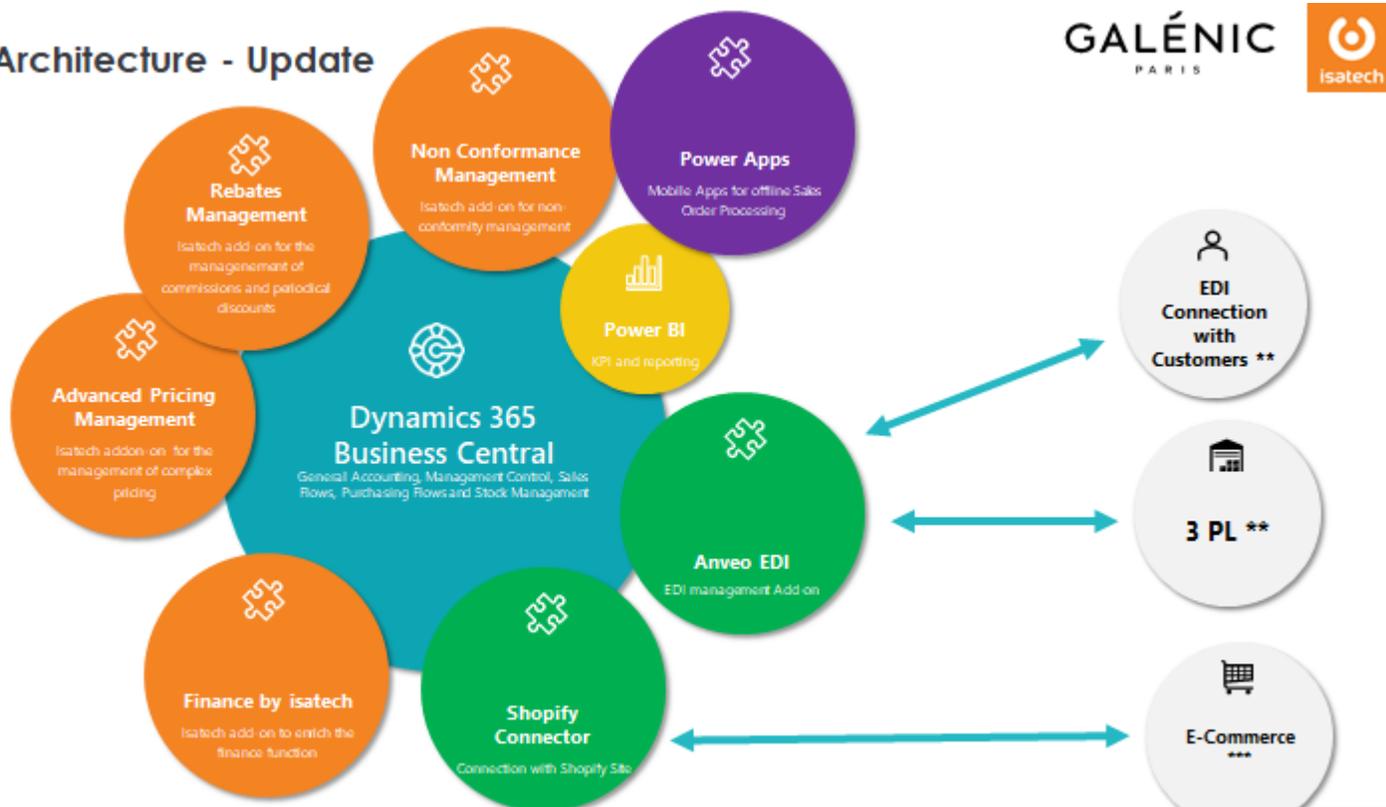
## → Project phases - Updated



- EDI Sales non mis en place
- EDI 3PL Plus riche qu'envisagé.
- Sales Mobility simplifiée

# → Architecture Cible

## → Target Architecture - Update



\* Isatech add-on modules are optional. This architecture must be confirmed at the end of the analysis phase  
\*\* 3 PL integration envisaged with EDI flow  
\*\*\* Planned for 2021

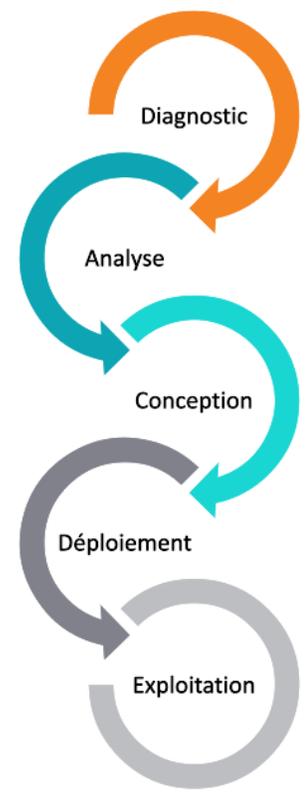
## Pour faire simple:

Pour tenir les délais on réduit les personnalisations au maximum et on utilise des composants Appsource

# → Méthodologie

## → A proven deployment methodology

**GALÉNIC**  
PARIS



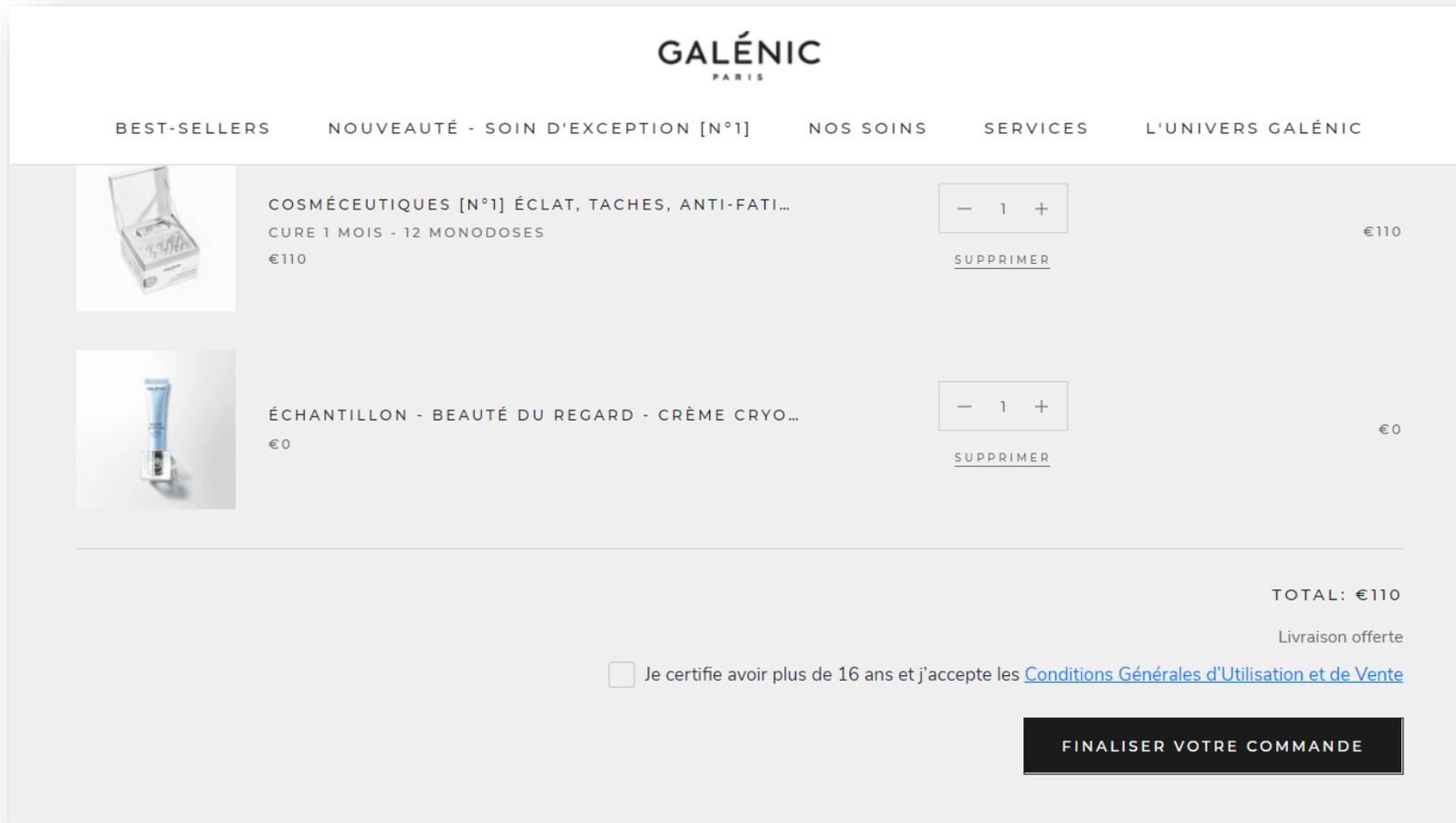
- Define together the functional scope of the project (Preliminary draft analysis based on the specifications and exchanges between our consultants and your team) and the adapted deployment mode.
  - Perform a complete team diagnosis: write and prioritize specifications. Estimate the delays, costs, risks ...
- **Conduct** a detailed analysis by confirming and refining the WHAT. Digging sensitive points
  - **Deliver** a detailed analysis document and budget validation & planning
- **Define** HOW the solution will be implemented to meet the previously validated requirements
  - **Initiate** the setting of the standard of the Solution or the Method of specific developments and / interfaces
  - **Train** the Key Users Who Will Train the End Users
- **Develop and Deploy** the Solution
  - **Test** and make the provisional acceptance (Go / Nogo)
  - **Train:** Key users write training materials and internal procedures, and train End Users
- **Make** the final acceptance
  - **Start-up**, post start-up assistance
  - **Transfer** to the Support team

**Diag (5 jours) effectué en AVVT**

**Phase de test qualitative supportée par l'AMOA**

**Réunion d'équipe intégrant AMOA quotidienne (30 à 60 minutes) + CoPro Hebdo**

# → Le site E-Commerce



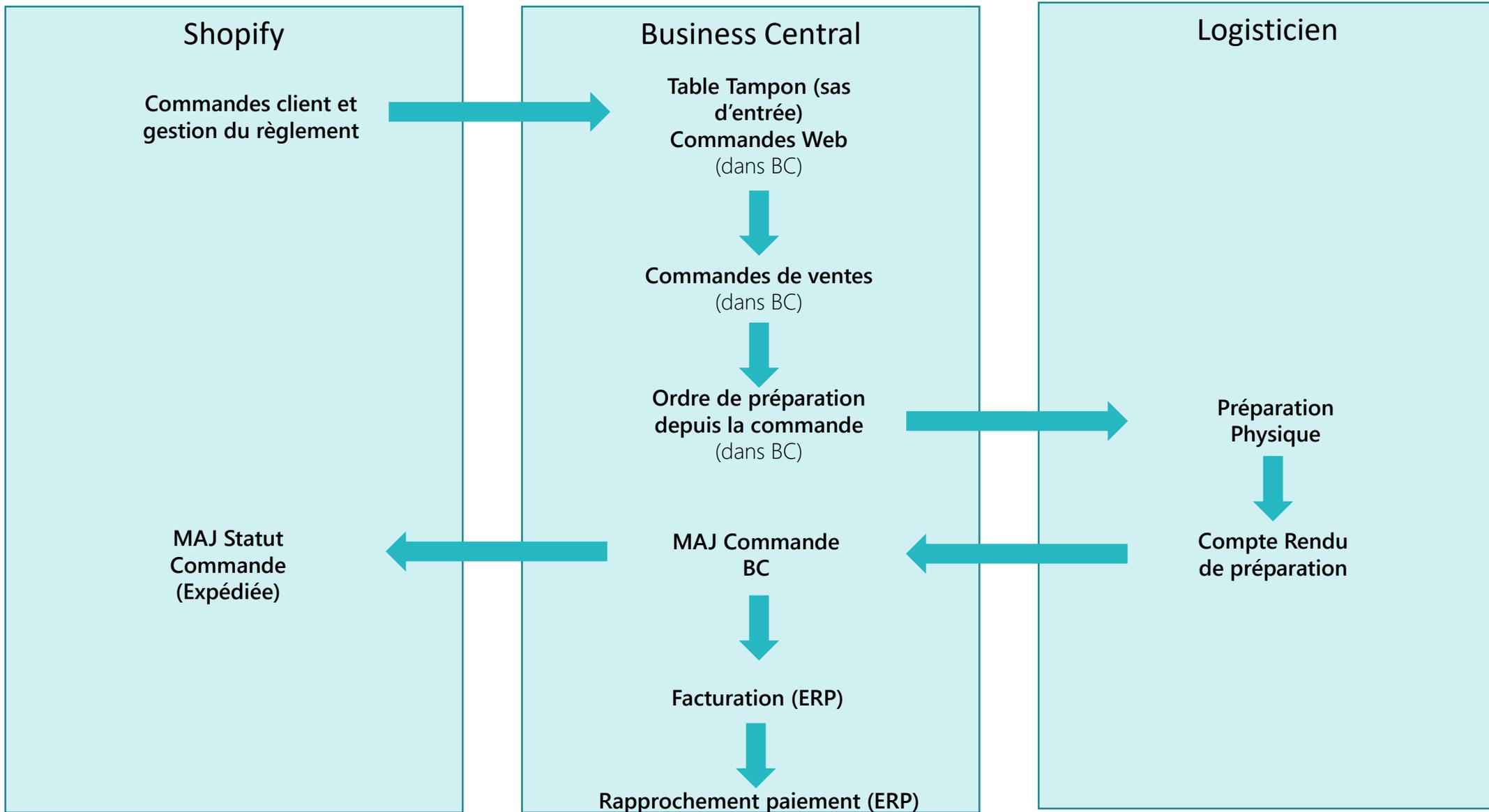
The screenshot shows the checkout page for Galénic Paris. At the top, the brand name 'GALÉNIC PARIS' is centered. Below it, a navigation menu includes 'BEST-SELLERS', 'NOUVEAUTÉ - SOIN D'EXCEPTION [N°1]', 'NOS SOINS', 'SERVICES', and 'L'UNIVERS GALÉNIC'. The main content area displays two items in the cart:

Image	Description	Quantity	Price	Action
	COSMÉCEUTIQUES [N°1] ÉCLAT, TACHES, ANTI-FATI... CURE 1 MOIS - 12 MONODOSES €110	1	€110	SUPPRIMER
	ÉCHANTILLON - BEAUTÉ DU REGARD - CRÈME CRYO... €0	1	€0	SUPPRIMER

At the bottom right of the cart, it shows 'TOTAL: €110' and 'Livraison offerte'. Below the cart items, there is a checkbox for age verification:  Je certifie avoir plus de 16 ans et j'accepte les [Conditions Générales d'Utilisation et de Vente](#). A large black button labeled 'FINALISER VOTRE COMMANDE' is positioned at the bottom center.

- Basé sur Shopify
- Développé par l'équipe Yatsen Chine
- Démarrage au 1/10/2021
- Réservé au clients B2C

# → Process Global



## → Sélection d'une apps

### Étapes

1. Recherche Appsource (L'apps est elle disponible sur la localisation française?)
2. Identification de l'éditeur, prise de contact (**l'éditeur a-t-il une vraie politique d'édition** – Marketing Actif, Equipe support).
3. **Test de l'apps en environnement Sandbox.**
  - Idéalement avoir un environnement qui contient les spécificités du client pour identifier les incompatibilités
  - Evaluer la capacités de l'apps à intégrer des spécifiques (champs additionnels)
4. **Valider la capacité/disponibilité de l'éditeur à vous accompagner** dans la phase de déploiement.

### Remarque(s)

1. Cela ne veut pas dire que la traduction est faite/complète!
2. Rôle de l'intégrateur → Connaît les acteurs de la communauté Business Central.
3. Cela implique
  - L'éditeur doit permettre une mise à disposition gratuite!
  - L'éditeur/l'apps doit fournir un guide / aide démarrage rapide!
  - Support téléphonique pour valider usage/répondre question sur Sandbox
4. Facteur de sécurisation.

Questions? Call Support: +31 (0)850 653 138 or Sales: +31 (0) 853 038 265 – Contact + opening hours

About ▾ News Jobs



Our solutions ▾

Customers ▾

Partners ▾

Support

EN | NL

GET IN TOUCH →

- > Magento Connector
- > **Shopify Connector**
- > WooCommerce Connector
- > ChannelEngine Connector
- > Mplus POS Connector
- > Cloudsuite Connector
- > Magento B2B extensions
- > Product Information Management

## E-commerce 365 Business

Tinx-IT Ecommerce integration solutions  
marketplaces and POS systems.

## s for Microsoft Dynamics

entral makes it possible to setup a **seamless integration** with E-Commerce platforms,

### No more costly errors

By integrating your ecommerce webshop and Microsoft Dynamics 365 Business Central / NAV you will streamline your business process. This means that you will have no more costly errors by reducing manual order entries. Which, leads to an **increase in Return of Investments.**

### One single source of truth

By integrating your ecommerce webshop and Microsoft Dynamics 365 Business Central / NAV you will streamline your business process. This means that you will have no more costly errors by reducing manual order entries. Which, leads to an increase in Return of Investments.



Demo Tinx Connector: E-commerce  
We make Microsoft Dynamics  
Central and E-commerce work together!



## → Résultat – Mise en place connecteur CMS

### Comment

- Mise en place d'un nouveau site de vente Shopify réalisé par Galénic (Démarrage du site début Octobre)
- Réservé usage B2C
- Installation du connecteur Tinx-It
- Support équipe éditeur sur la mise en place
- Le connecteur Tinx-it est très paramétrable. Il permet de mapper tous les messages/champs de l'api.
- Couplage des articles / Création Catalogue
- Attention: Pas d'environnement Shopify de test!
- < 10 jours.

# 250

## Commandes

### Important

**Shopify est un CMS très structurant.**

**Peu de add-on. Cela laisse peu de place à la créativité du Webdesigner. Et donc les règles métiers ne varient pas.**



[www.isatech.fr](http://www.isatech.fr)



**isatech**

