

Optimisez la communication
entre votre ERP
et vos sites de e-commerce

Livre blanc

Dans un monde en perpétuelle évolution, les entreprises sont constamment à la recherche de moyens pour **rester compétitives**, augmenter leur **efficacité opérationnelle** et répondre aux besoins changeants de leurs **clients**. Deux forces motrices majeures se sont imposées comme des catalyseurs de transformation dans le paysage des affaires : les systèmes de planification des ressources d'entreprise (ERP) et le CMS (Content Management System). Ces deux piliers technologiques ont profondément redéfini la manière dont les entreprises gèrent leurs opérations et interagissent avec leur clientèle.

L'**objectif de ce Livre Blanc** est de plonger au cœur de cette **convergence entre les ERP et le e-commerce**, en explorant les synergies, les avantages et les défis que cette fusion engendre. Nous examinerons comment les systèmes ERP, conçus initialement pour optimiser les processus internes, se sont transformés en des outils essentiels pour soutenir la croissance du commerce électronique. Nous étudierons également les implications de cette évolution, que ce soit du point de vue des opérations internes, des clients, de la commande, des tarifs et des règlements.

Au fil des pages de ce Livre Blanc, nous plongerons dans les **cas d'entreprises** pour tirer parti de la **synergie entre les ERP et le e-commerce** pour stimuler la croissance et la rentabilité.

Que vous soyez un professionnel de l'informatique, un dirigeant d'entreprise ou un acteur du **secteur e-commerce**, ce Livre Blanc a pour vocation de vous **éclairer sur les opportunités** passionnantes et les enjeux cruciaux associés à **l'union des ERP et du e-commerce**. Nous espérons qu'il servira de guide précieux pour naviguer dans ce paysage en constante évolution et **saisir les avantages** stratégiques que cette fusion peut offrir.





Sommaire

- Partie 1 : le CMS
- Partie 2 : Les enjeux des sites e-commerce
- Partie 3 : L'ERP
- Partie 4 : Les interfaces ERP / e-commerce
- Partie 5 : Le Groupe Prog'Info et nos solutions ERP



Partie 1 : le CMS

Le CMS



Un CMS, ou système de gestion de contenu (Content Management System), est une plateforme logicielle conçue pour simplifier la création, la gestion et la publication de contenus sur un site web. Les CMS sont des outils polyvalents qui offrent de nombreuses fonctionnalités pour gérer le contenu, la conception, les utilisateurs, et bien plus encore. Ils jouent un rôle intégrant des fonctions de commerce électronique soit des boutiques en ligne destinées à présenter vos catalogues de produits et permettre à vos clients de commander en ligne.



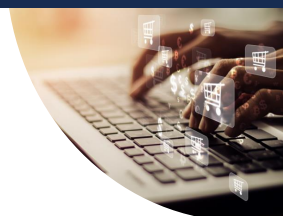
Voici ce qu'un CMS apporte à un site e-commerce :

Facilité de Gestion de Contenu : Les CMS sont conçus pour simplifier la gestion du contenu. Ils permettent aux propriétaires de sites e-commerce de créer, modifier et organiser facilement des pages, des articles, des images et d'autres contenus sans avoir besoin de compétences en programmation.

Personnalisation et Design : Les CMS offrent souvent une variété de modèles et de thèmes prêts à l'emploi, ainsi que des outils pour personnaliser la conception du site. Cela permet aux sites e-commerce de créer une identité visuelle unique et d'offrir une expérience client engageante.

Gestion des Produits : Les CMS e-commerce incluent généralement des fonctionnalités de gestion de produits, permettant aux vendeurs de télécharger des descriptions, des images, des prix et des stocks de manière efficace. Les CMS e-commerce prennent également en charge les catalogues de produits, les catégories et les options de filtrage.

- Le CMS



Panier d'Achat et Paiement : Les CMS e-commerce intègrent des fonctionnalités de panier d'achat et de paiement sécurisé. Cela permet aux clients de sélectionner des produits, de passer des commandes et de finaliser leurs achats en toute sécurité.

Gestion des Commandes : Les CMS e-commerce simplifient la gestion des commandes, en permettant aux vendeurs de suivre les commandes en cours, de gérer les retours et de traiter les remboursements.

Système de Gestion de Contenu Multilingue : Les CMS e-commerce prennent en charge la création de sites multilingues, ce qui est essentiel pour toucher un public international.

Gestion des Utilisateurs : Les CMS e-commerce proposent des fonctionnalités de gestion des utilisateurs, notamment des comptes clients, des profils, des options de connexion, des newsletters, etc.

Sécurité : Les CMS e-commerce sont généralement dotés de fonctionnalités de sécurité avancées pour protéger les données des clients et les informations de paiement.

Extensibilité : La plupart des CMS e-commerce prennent en charge l'ajout de plugins, d'extensions ou de modules complémentaires pour étendre leurs fonctionnalités en fonction des besoins spécifiques de l'entreprise.

En résumé, un CMS facilite considérablement la création et la gestion d'un site e-commerce en fournissant des outils conviviaux, une personnalisation avancée, des fonctionnalités de commerce en ligne, une gestion de contenu efficace, et des options de sécurité. Il permet aux entreprises de se concentrer sur la vente de leurs produits ou services tout en offrant une expérience client fluide et attrayante.

Partie 2 :

les enjeux
du e-commerce

2. Les enjeux du e-commerce



Les sites e-commerce ont révolutionné la manière dont les entreprises interagissent avec leur clientèle et mènent leurs activités. Ils ont ouvert des portes vers un marché global, ont créé de nouvelles opportunités de vente et ont permis aux consommateurs d'accéder à un vaste éventail de produits et de services en quelques clics. Cependant, avec ces avantages incontestables sont également venus des enjeux complexes et variés, qui exigent une approche réfléchie et stratégique pour prospérer dans le domaine du e-commerce. Dans cette première partie, nous examinerons les principaux enjeux auxquels sont confrontés les sites e-commerce.

2.1. Concurrence Féroce

Le e-commerce a réduit les barrières à l'entrée sur le marché pour de nombreuses entreprises, ce qui a entraîné une concurrence féroce. Les entreprises doivent constamment se démarquer de la concurrence pour attirer l'attention des consommateurs. Cela nécessite non seulement une excellente visibilité en ligne, mais aussi une proposition de valeur unique, des prix compétitifs et des expériences client exceptionnelles.

2.2. Gestion de la Complexité

Les sites e-commerce doivent gérer une multitude de produits, de clients, de commandes et d'opérations logistiques. La gestion de cette complexité peut rapidement devenir un défi, d'autant plus que l'entreprise grandit. Les systèmes ERP se révèlent essentiels pour rationaliser la gestion de ces opérations complexes, en permettant une vision globale et intégrée de toutes les facettes de l'entreprise.

2.3. Sécurité et Confidentialité des Données

La collecte et le stockage de données clients sont au cœur du e-commerce. Cela soulève des préoccupations majeures en matière de sécurité et de confidentialité des données. Les sites e-commerce sont constamment la cible d'attaques cybernétiques, ce qui fait de la sécurité des données une priorité absolue pour les entreprises. Les ERP jouent un rôle crucial en aidant à garantir la sécurité des données et la conformité aux réglementations, telles que le Règlement général sur la protection des données (RGPD).

- Les enjeux du e-commerce



2.4. Évolutivité et Flexibilité

La croissance est souvent un objectif majeur pour les entreprises e-commerce. Cependant, une croissance rapide peut entraîner des défis en termes d'évolutivité et de flexibilité. Les systèmes ERP, lorsqu'ils sont correctement mis en place, permettent de gérer efficacement la croissance en adaptant les processus et en offrant une base solide pour l'expansion.

2.5. Expérience Client Personnalisée

Les attentes des clients en matière d'expérience e-commerce sont de plus en plus élevées. Les consommateurs attendent une personnalisation de leur expérience, des recommandations de produits pertinentes et une navigation intuitive. Les systèmes ERP fournissent des données essentielles pour personnaliser les interactions avec les clients, ce qui permet de créer des expériences plus engageantes.

Dans cette partie, nous avons esquissé les principaux enjeux qui gravitent autour des sites e-commerce. La mise en place d'une stratégie solide et de solutions technologiques appropriées, comme les ERP, est cruciale pour surmonter ces défis et pour réussir dans le monde exigeant du commerce électronique. Dans la troisième partie de ce Livre Blanc, nous examinerons comment les systèmes ERP peuvent être un atout précieux pour relever ces défis et favoriser la croissance des sites e-commerce.



4901.701	1.01439	4972.23647
4901.62186233	0.001	4.90162186
4901.62186233	0.00306021	14.9999922
4901.62186233	0.04599855	225.467498
4901.6817	0.99459	4875.16360
4901.62186233	0.00361509	17.7198041
4901.62186233	0.00276556	13.5557293
4901.62186233	0.0027471	13.462254
4901.62186233	0.0150094	76.4258517
4901.62186233	0.0384548	188.491986

Partie 3 :

l'ERP

3. L'ERP



3.1. Qu'est-ce qu'un ERP ?

Un ERP est un système logiciel qui intègre et automatise un large éventail de processus opérationnels et de gestion au sein d'une entreprise. Cela inclut des domaines tels que la gestion des ressources humaines, la comptabilité, la gestion de la chaîne d'approvisionnement, la planification de la production, la gestion des stocks, la gestion des ventes et bien d'autres. Un ERP agit comme une colonne vertébrale numérique qui relie ces différents domaines et permet aux informations de circuler de manière transparente entre eux.



3.2. Caractéristiques Clés des ERP

Les ERP présentent plusieurs caractéristiques clés :

Intégration : Les ERP intègrent l'ensemble des fonctions et des départements de l'entreprise, ce qui favorise une communication fluide et une visibilité accrue.

Centralisation des Données : Toutes les données sont stockées dans une seule base de données centrale, ce qui facilite l'accès aux informations essentielles en temps réel.

Automatisation des Processus : Les ERP automatisent de nombreux processus, ce qui réduit les tâches manuelles et les erreurs potentielles.

Reporting et Analyse : Les ERP offrent des fonctionnalités de reporting avancées, ce qui permet aux entreprises de prendre des décisions éclairées grâce à des données précises.

Personnalisation : Les ERP peuvent être personnalisés pour répondre aux besoins spécifiques de chaque entreprise.



3.3. Pertinence des ERP pour le e-commerce

Dans le contexte du e-commerce, les ERP jouent un rôle crucial. Voici comment ils interagissent avec les besoins spécifiques du commerce en ligne :

Gestion des Stocks : Les ERP aident à gérer les niveaux de stock, en suivant en temps réel les entrées et les sorties de produits, ce qui est essentiel pour éviter les ruptures de stock et maximiser la satisfaction client.

Commandes et Expédition : Les ERP automatisent le traitement des commandes, de la réception à l'expédition, ce qui accélère le délai de livraison et réduit les erreurs.

Données Clients : Les ERP centralisent les informations sur les clients, ce qui permet de personnaliser les interactions et de fournir une expérience client plus engageante.

Gestion Financière : Les ERP aident à suivre les finances de manière transparente, en intégrant les ventes en ligne et hors ligne, ainsi que les coûts opérationnels.

Rapports et Analyse : Les ERP génèrent des rapports détaillés sur les performances de l'entreprise, ce qui est essentiel pour l'optimisation continue des opérations e-commerce.

Les ERP offrent aux entreprises e-commerce un moyen puissant de rationaliser leurs opérations, d'améliorer leur agilité et de fournir des expériences exceptionnelles aux clients. Ils sont l'une des pierres angulaires de la réussite dans ce domaine en constante évolution. Dans la prochaine partie, nous explorerons de manière approfondie comment les ERP peuvent être intégrés de manière efficace dans le monde du e-commerce, en mettant en lumière leurs avantages spécifiques.


```
File.expand_path("../test/functional", __FILE__)
event database transaction of the database.
rt("The Rails environment is running")
require 'spec_helper'
require 'rspec/rails'
```

```
require 'capybara/rspec'
require 'capybara/rails'
```

```
Capybara.javascript_driver = :webkit
Category.delete_all; Category.create
Shoulda::Matchers.configure do |config|
  config.integrate do |int|
    with.test_framework :rspec
    with.library :rails
  end
end
```

```
# Add additional requires below this line.
# Requires supporting ruby files with support/ and its subdirectories.
# spec/support/ and its subdirectories.
# run as spec files by default.
# in _spec.rb will both be required.
# run twice. It is recommended to
# end with _spec.rb. You can
# option on the command line
# found for 'mongoid'
```

Partie 4 :

Les interfaces

4. Les interfaces



4.1 - Pourquoi une interface ?

Pourquoi ERP et site e-commerce ne sont-ils pas dans un même logiciel ?

- Pour des raisons de sécurité :

L'accès à au CMS est libre à tous sur le WEB.

L'accès à un ERP est limité à un nombre d'utilisateurs internes restreint.

La sécurité des applications est donc différente (vous n'allez pas mettre en ligne toutes vos données).

- Pour des raisons de tarification des éditeurs :

ERP: tarification au nombre d'utilisateurs connectés ou nommés.

CMS: tarification indépendante du nombre d'utilisateurs.

L'interface comporte toutes les fonctions qui vont permettre de synchroniser automatiquement les données des deux applications.

Tous les logiciels permettent d'importer et d'exporter des données.

L'interface doit donc permettre de :

- Paramétrer les tables et les données à synchroniser en faisant éventuellement des conversions.
- Choisir les modes de synchronisation : batch ou temps réel, total ou différentiel.
- De contrôler et administrer les flux.

- Les interfaces



4.2 - L'interface : les clients

Les ERP utilisent des identifiants alpha numériques rattachés à une société ou une personne alors que les CMS utilisent plutôt des adresses mails ou N° de téléphone personnel.

- Pour les sites BtoB nous aurons donc un identifiant société et un identifiant personnel rattaché à la société.
- Pour les sites BtoC, on privilégiera une correspondance entre l'identifiant ERP et l'identifiant CMS.

Bien entendu, il convient de gérer scrupuleusement les autorisations d'accès et de respecter la réglementation RGPD.



4.3 - L'interface : les articles

L'ERP est toujours le maître dans la gestion des articles. L'interface nécessite donc une fonction de sélection des articles et des données à intégrer dans le CMS. Généralement on aura au minimum un code identifiant, un libellé court et un libellé plus long.

Dans le cas d'utilisation de variantes et d'options, les 2 applications doivent intégrer ces notions.

Si la plupart des ERP permettent d'intégrer une photo et des informations sous forme de pièces jointes qui peuvent être envoyés au site, il est souvent nécessaire pour créer un article en ligne d'intégrer des éléments venant d'autres sources que l'ERP.

Le CMS permet d'intégrer manuellement d'autres éléments.

Si l'on veut automatiser les créations d'articles des applications PIM (Product Information Management) existent. Elles sont généralement réservées aux gros volumes de produits et à des sources multiples d'informations.

- Les interfaces



4.4 - L'interface : les tarifs

La gestion des tarifs est celle qui différencie le plus des sites destinés au BtoB ou au BtoC.

La tarification BtoC est généralement très simple.

Un seul prix par article généralement affiché en TTC avec éventuellement des variantes en fonction de la quantité commandée. Les conditions tarifaires sont généralement indépendantes de l'article (remise de fidélité, port gratuit...)

La tarification BtoB est souvent beaucoup plus complexe car le prix final, généralement exprimé Hors Taxes, dépend de plusieurs critères et comporte plusieurs composantes : prix brut, remises...

Dans ce cas, il est rare que les 2 applications permettent les mêmes possibilités. **Les ERP sont généralement beaucoup plus riches que les CMS.**

Dans ce cas 2 possibilités existent :

- On adapte la tarification du CMS pour gérer les cas qui s'appliquent (cela peut s'avérer complexe et coûteux)
- Le CMS consulte l'ERP lors de la saisie de la commande pour afficher le prix calculé par l'ERP.



- Les interfaces



4.5 - L'interface : la commande

Bien sûr, cela concerne incontestablement le secteur de la vente en ligne.

Nous avons établi que des informations additionnelles peuvent s'échanger pendant la création de la commande entre le site et l'ERP : disponibilité, prix, taxes...

Généralement la commande est transmise à l'ERP quand le client a validé son panier et réglé (dans le cas où il y a règlement).

Si les délais de livraisons ne sont pas trop courts, il est possible d'alimenter l'ERP par lots de commandes 1 ou 2 fois par jour par exemple. Sinon, chaque commande est transférée dès sa validation.

Si la commande est généralement transmise du CMS vers l'ERP, il peut être nécessaire de synchroniser totalement les 2 systèmes notamment dans le cas où le même client peut commander en ligne et par d'autre moyens (les commandes sont alors saisies dans l'ERP par l'ADV).

La commande peut être intégrée dans l'ERP avec un workflow de validation. Ce processus de contrôle après vérification des informations importantes permet d'éviter de préparer des commandes incomplètes ou erronées.

Le CMS devra gérer et transmettre à l'ERP, les annulations ou modifications de commandes, ainsi que les retours de marchandises.

Ce sont généralement les cas qui génèrent de la complexité dans l'interface mais également dans les procédures à appliquer.

Une annulation ou modification n'aura, en effet, pas le même impact si la commande est expédiée ou non. Il conviendra donc d'interdire les modification et ajouts selon le statut d'évolution de la commande.

Pour les retours, le CMS devra indiquer la procédure afin de rattacher sans ambiguïté le retour à la commande et prévoir les cas d'échange d'articles, de demande d'avoir avec ou sans remboursement.

La synchronisation des problèmes d'arrondis s'effectue avec le total de la commande.

Si les 2 logiciels ne calculent pas l'arrondi de la même manière, il faut alors que la valorisation de la commande par le CMS s'impose sur celle de l'ERP sinon on aura des écarts entre le règlement et la facture.

- Les interfaces



4.6 - L'interface : la disponibilité des articles

La plupart des boutiques en ligne donnent une indication sur la disponibilité des articles.

Soit une simple information : disponible, disponibilité limitée ou rupture.

Soit la quantité réellement disponible déduite dès validation du panier.

Dans le premier cas, l'ERP envoie à intervalle régulier l'information vers le CMS.

Dans le second cas, le CMS interroge l'ERP sur la disponibilité de l'article au moment de sa sélection avec, en cas de rupture, une date de prochaine disponibilité.

4.7 - L'interface : le port

Le moyen de transport et les frais associés sont généralement calculés par le CMS qui devra donc intégrer toutes les règles en vigueur dans la société et elles peuvent être nombreuses : franco de port en fonction de quantités, du montant, du client ou de son adhésion à un programme de fidélité.

Dans la mesure où le même client peut commander en ligne ou par d'autres moyens, les règles doivent être identiques dans l'ERP.

Moyens de transport : les CMS proposent très souvent une livraison sur un point relais avec une tarification adaptée.

L'adresse du point relais devra être intégrée dans l'ERP en tant qu'adresse de livraison.

- Les interfaces



4.8 - L'interface : le règlement

Pour les sites de type BtoC, le règlement est la dernière étape de la validation de la commande en ligne.

La plupart des CMS permettent de transmettre les règlements aux établissements bancaires ou intermédiaires. (Cartes bancaires, Paypal...).

Attention : le processus de paiement doit être sécurisé et les données bancaires : N° de carte bancaire et autres données sensibles ne doivent pas être transmises à l'ERP.

Les règlements sont également transmis à l'ERP et inclus dans son module règlement ou comptabilité client.

La particularité du règlement en ligne pour un logiciel comptable réside dans le fait qu'il intervient avant la facture. C'est lorsque l'on livre la commande et que la facture sera générée en comptabilité que la transaction sera soldée (il s'agit du lettrage en comptabilité).

Cas des avoirs ou remboursements.

La plupart des sites proposent en cas de retour de marchandises un avoir avec 2 variantes : avec ou sans remboursement.

Dans le cas d'un remboursement, le service client effectue la transaction dans l'ERP (avec information du CMS).

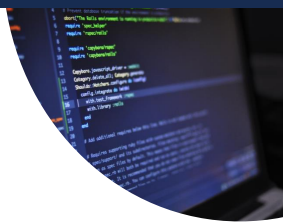
Dans le cas d'un avoir sans remboursement, un document avec un code unique doit être transmis au client qui peut utiliser cet avoir comme moyen de paiement (la gestion des reliquats et des modes de règlements multiples indispensables).

Les Cas des bons d'achats et cartes cadeaux

Les bons d'achats sont assimilés à des modes de règlements. Le bon d'achat a généralement un code unique et correspond à un montant.

Les cartes cadeaux ont un double circuit. Le client peut les acheter. Le bon est alors livré comme un article (avec un code unique). Il peut être utilisé comme moyen de paiement par n'importe quel client.

- Les interfaces



4.9 - L'interface : l'avancement de la commande

Contrairement à l'ERP, le CMS est un outil de communication directe avec le client qui doit pouvoir suivre toutes les informations liées à sa commande :

- Le statut d'avancement : validée, en préparation, expédiée chez le transporteur, livrée.
- Les problèmes et aléas : ruptures de stocks, problèmes de règlement.
- Les documents : accusés de réception de commande, facture.
- Avancement programme de fidélité...

La fiabilité et la rapidité de disponibilité de ces informations sont un des principaux critères d'évaluation de la satisfaction du client.



Partie 5 :

Le Groupe Prog'Info



5. Le Groupe Prog'Info

Votre partenaire d'excellence en intégration de logiciels ERP

Les entreprises d'aujourd'hui sont confrontées à des défis en constante évolution, allant de la gestion efficace de leurs opérations à la prise de décisions stratégiques éclairées. Pour relever ces défis, de plus en plus d'entreprises se tournent vers les logiciels ERP (Enterprise Resource Planning) pour rationaliser leurs processus et améliorer leur productivité. Cependant, pour tirer pleinement parti de ces systèmes puissants, il est essentiel de collaborer avec une société de programmation informatique qui possède l'expertise nécessaire en intégration de logiciels ERP.

Le Groupe Prog'Info

Fort de 30 années d'expérience dans le déploiement de solutions ERP, le **Groupe Prog'Info** vous accompagne dans la mise en œuvre et l'intégration de votre ERP au travers des progiciels de gestion Divalto et Sage X3.

Le **Groupe Prog Info** est un des partenaires **Leader de Sage X3** dans le secteur des industries de santé (Pharmacie, Cosmétique, Dispositifs médicaux) et est également un **partenaire majeur** de l'éditeur **DIVALTO**. Nos 200 clients nous font confiance dans les secteurs de l'agroalimentaire, la distribution et l'industrie.

Notre groupe est animé par **des valeurs solides** qui guident notre travail au quotidien. Ces valeurs ne sont pas simplement des mots, mais elles constituent le fondement de notre entreprise et de notre engagement envers nos clients.

Qualité : Nous ne faisons aucun compromis en matière de qualité. Nous visons à offrir à nos clients des solutions qui répondent à leurs besoins les plus exigeants.

Engagement envers le Client : La satisfaction de nos clients est notre priorité absolue. Nous sommes déterminés à comprendre leurs besoins uniques, à les conseiller et à leur offrir des solutions personnalisées. Notre succès est lié au succès de nos clients.

Responsabilité Sociale et Environnementale : En tant que citoyens engagés et responsables, nous nous efforçons de minimiser notre impact sur l'environnement et de contribuer positivement à notre communauté. Nous adoptons des pratiques durables et soutenons des causes sociales.

- Le Groupe Prog'Info



Collaboration : Le travail d'équipe est essentiel pour atteindre nos objectifs. Nous favorisons un environnement de travail collaboratif où les idées sont partagées, la communication est ouverte et où chaque membre de notre équipe joue un rôle essentiel.

Notre expertise en Intégration de Logiciels ERP

Le **Groupe Prog'Info** se distingue par son expertise avérée en matière d'intégration de logiciels ERP. Son équipe de collaborateurs expérimentés est composée de consultants, développeurs et d'experts en gestion de projet qui ont une connaissance approfondie des logiciels Sage X3 et Divalto.

Avantages de l'Intégration ERP

- L'intégration d'un logiciel ERP dans votre entreprise offre une multitude de bénéfices :
 - centralisation des données,
 - automatisation des processus,
 - amélioration de la visibilité et de la traçabilité des opérations,
 - prise de décisions basée sur des données en temps réel.

Grâce au **Groupe Prog'Info**, vous pouvez profiter pleinement de ces avantages qui vous aideront à rester compétitif dans un environnement économique en constante évolution.

Approche Personnalisée et méthodologies innovantes de projet.

Le **Groupe Prog'Info** reconnaît que chaque entreprise a des besoins uniques. C'est pourquoi nous adoptons une approche personnalisée pour chaque projet d'intégration ERP.

Afin de fédérer les équipes autour d'une démarche structurée, le **Groupe Prog'Info** a mis en œuvre 2 démarches de déploiement innovantes selon votre contexte organisationnel et métier : la méthodologie FAST et la méthodologie CUSTOM

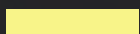
En conclusion

Le Groupe Prog'Info est un partenaire de confiance pour les entreprises qui cherchent à intégrer avec succès les logiciels ERP Sage X3 et Divalto dans leurs opérations.

Notre expertise, notre approche personnalisée, nos méthodologies et notre engagement envers la satisfaction du client constituent autant de facteurs clés de succès pour une entreprise en recherche du partenaire idéal pour son projet d'intégration ERP.

Vous avez un
projet ERP ?

Vous cherchez
une solution ?



Contactez-nous
www.groupe-proginfo.com

Email : marketing@groupe-proginfo.com

Tel : 04 42 18 61 95