

PERFORMANCE NUMÉRIQUE

Votre rendez-vous mensuel



Comment externaliser sa e-logistique ?

La logistique, maillon essentiel du e-commerce, a un impact direct sur la satisfaction du client. Néanmoins, face à l'accumulation des commandes, nombre d'e-commerçants projettent de sous-traiter cette activité stratégique pour se recentrer sur leur cœur de métier.

D'après les logisticiens, l'externalisation peut s'envisager à partir de 30 à 50 commandes quotidiennes. Chaque cas étant unique, nombre de paramètres doivent être examinés avant de prendre une telle décision. Des grands noms du e-commerce ont ainsi choisi de conserver la maîtrise de leur logistique malgré l'importance des commandes à traiter.

Un projet d'externalisation doit donc être mûrement réfléchi et ne pas être choisi pour de mauvaises raisons. Un écueil courant consiste à sous-traiter parce que la logistique interne est désorganisée. Mais externaliser un problème ne le fait pas disparaître. On ne confie efficacement à d'autres que ce qu'on maîtrise déjà.

Cette notice fait le point sur les avantages et les inconvénients de l'externalisation de la e-logistique et explique quelle en est la démarche.



● Pourquoi externaliser ?

> Gérer les variations d'activités

Les activités de vente en ligne se caractérisent par des pics d'activité dans l'année, au moment des soldes ou de Noël, par exemple. Par ailleurs, les commandes peuvent brusquement augmenter en quelques mois.

Ces variations ne facilitent pas l'optimisation de la surface de stockage. Or louer un entrepôt plus grand c'est prendre le risque de le sous-exploiter : les m² coûtent cher (loyer, assurance, électricité...).

La fluctuation de l'activité rend la gestion de la main d'œuvre plus difficile. En raison de sa flexibilité, le recours à de la main d'œuvre en intérim est souvent préféré à l'embauche de préparateurs de commandes. Cette solution présente néanmoins deux inconvénients : d'une part, tout nou-

vel extra doit être formé, et d'autre part, au moment des pics d'activité (Noël notamment), les intérimaires sont souvent sollicités par d'autres secteurs.

Au fil des mois, l'externalisation permet de supporter des charges proportionnelles aux besoins. Par ailleurs, le logisticien assume seul l'investissement financier, technologique et humain.

> Se recentrer sur son cœur d'activité

La logistique peut vite devenir chronophage. Or le temps passé à préparer les commandes n'est pas affecté au développement de l'activité.

L'externalisation permet aux e-commerçants de se dégager du temps pour mener des actions e-marketing,

optimiser leur site, assurer le service après-vente ou encore trouver de nouveaux fournisseurs.

L'externalisation de la e-logistique ne doit pas être envisagée comme un moyen de réduire les coûts de fonctionnement. Néanmoins, elle permet de bénéficier de tarifs négociés par le logisticien auprès des fournisseurs d'emballage et des transporteurs.



• Les risques de l'externalisation

> Dérapage des coups

Selon les logisticiens, l'externalisation de la logistique représente 13% à 27% de la marge. Il s'agit néanmoins de coûts moyens. Des surfacturations peuvent facilement alourdir ces chiffres si les besoins ont été mal évalués au départ.

Des coûts mal évalués

Les logisticiens facturent la plupart des prestations « à l'acte ». Par exemple, la préparation de commande représente un coût fixe mais

chaque ligne de commande (chaque article) est également facturée. Aussi, si les clients ont tendance à acheter certains articles en nombre, un conditionnement par lot s'avèrera plus économique, d'autant plus si la marge est faible.

Les services spéciaux

Un contrat avec un logisticien est établi sur la base de processus décrits dans le cahier des charges. Toute demande particulière est facturée en sus (vérification d'un produit dans le stock par exemple).

> Baisse de la qualité de service

La qualité de préparation du colis est déterminante pour fidéliser le client. C'est pourquoi, dans le cadre d'une externalisation de la logistique, il est essentiel de s'assurer régulièrement de la satisfaction des clients : en ayant recours à des solutions de questionnaires automatiques par exemple (le client s'exprime sur la qualité du service) ou en procédant à des commandes tests.

• Le cahier des charges

Pour réaliser un devis, un logisticien a essentiellement besoin de connaître les « flux » de son client : les flux logistiques (entrée et sortie de marchandise) et les flux informatiques (format et volume de données échangées).

C'est pourquoi il est davantage conseillé d'externaliser sa logistique après un an d'activité.

> Description des produits

Il convient, dans un premier temps, de décrire les produits vendus sur le site : dimensions, poids, conditionnement (textile sur cintre, composants électroniques en sachet...), fragilité, valeur (si elle justifie la mise en place de mesures de sécurité particulières), volume du stock.

Le logisticien doit comprendre comment stocker les produits et sur quelle surface.

> Organisation de la logistique

Il s'agit de décrire les processus actuellement mis en place dans le cadre de la gestion interne de la logistique.



Dans sa réponse, le logisticien expliquera sur cette base quelle nouvelle organisation des opérations logistiques il propose pour apporter le service recherché.

Approvisionnements

Il convient d'expliquer les processus mis en place avec les fournisseurs : fréquence de livraison, codifications des articles, conditionnement des produits...

Grâce à ces informations, le logisticien doit pouvoir calculer, par exemple, le coût de déchargement d'une palette ou classer les produits reçus dans un rayon.

Commande

Cette section consiste à décrire les étapes de préparation de commande : la facture se trouve-t-elle dans le colis ? Le préparateur adjoint-il des échantillons ou des bons de réduction aux produits commandés ? Quelles tailles de cartons sont utilisées ? Un certain type de calage doit-il être privilégié (papier bulle, gaines, protection écologique...) ? Etc.

Sa prestation étant facturée à l'acte, le logisticien doit saisir précisément la complexité de la préparation de commande.

On appelle « asilage » l'insertion de documents (catalogue, bon de réduction...) ou d'objet (échantillon, cadeau...) dans un colis.

Retours produits

Le e-commerçant doit expliquer la manière de gérer les retours de produits endommagés ou n'ayant pas convenu au client : quelles sont les vérifications à effectuer sur le produit ? Dans quels cas l'article est-il remis en stock ? Les clients ayant exercé leur droit de rétractation doivent-ils joindre un document spécifique dans le colis (bon de retour délivré par le service après-vente) ? Que faire des produits abimés ?, etc.

> Activité

Il s'agit de donner des informations sur la variation de l'activité du site dans l'année et, si possible, les évolutions à moyen terme :

- Historique des commandes mois par mois
- Pics éventuels certains jours de la semaine
- Périodes de promotion
- Nombre moyen d'articles par commande
- Taux de produits retournés...

> Système d'information

Il existe plusieurs moyens de synchroniser les flux d'information entre le site e-commerce et le logisticien (qui rend compte de l'état des stocks et de l'avancement du traitement des commandes).

Ils peuvent s'échanger des fichiers standardisés à heures fixes par email ou de manière automatique via un FTP. Les deux systèmes informatiques peuvent également être interfacés

afin de communiquer en temps réel: on parle de web EDI¹. Dans ce cas, un développement informatique sera nécessaire. C'est pourquoi il est important de mentionner dans le

cahier des charges la plateforme de CMS utilisée par le site. Le logisticien pourra faire une estimation du coût du développement informatique selon le type de site.

• Choisir un e-logisticien

> Qui sélectionner pour l'appel d'offre ?

Les logisticiens sont nombreux, voici quelques critères permettant de faire une première sélection :

La spécialisation

Certains logisticiens, spécialisés dans le e-commerce, proposent des services dédiés et des modes de fonctionnement plus flexibles que des entrepôts logistiques traditionnels. D'autres ont choisi de recentrer leur activité sur un domaine particulier : le textile, par exemple.

Il est conseillé de choisir un logisticien traitant des commandes comparables en termes de fragilité et de taille notamment.

Taille

Les logisticiens ayant une plus faible surface de stockage sont en général moins exigeants sur le nombre de commandes minimum quotidiennes et peuvent donc convenir aux sites e-commerce en phase de lancement.

Leurs tarifs sont souvent inférieurs à ceux des gros logisticiens. Néanmoins, leur gamme de services est également moins étendue et leur flexibilité, moindre. Les sites ayant un fort potentiel de développement des commandes à court terme devront davantage s'orienter vers les grands acteurs du secteur.

La localisation géographique

Même si l'adresse de l'entrepôt a peu d'incidence sur les délais de livraison, il peut être pertinent de choisir un logisticien suffisamment proche pour se rendre sur place dans la journée en cas de dysfonctionnement grave.

Amazon propose d'assurer la logistique (stockage et expéditions) des sites e-commerces vendant sur sa place de marché. Les tarifs diffèrent selon le type de produits vendus.

> Points de vigilance

Dans l'analyse des réponses au cahier des charges formulée par les logisticiens, une vigilance toute particulière doit être accordée à plusieurs points :

Compatibilité des systèmes d'information

S'assurer que le système de communication des flux d'informations entre le site et le logisticien est réalisable auprès de son prestataire web. La transmission d'informations doit absolument être fiable pour garantir une bonne qualité de service au client. Par ailleurs, l'interfaçage des deux systèmes d'information peut coûter cher. Attention aux mauvaises surprises après conclusion du contrat !

Délais de déchargement

Beaucoup de logisticiens réincrémentent les stocks 48h après la livraison du fournisseur. Il est important de connaître ce délai de déchargement afin de bien anticiper les approvisionnements au moment des pics d'activité.

Responsabilité du logisticien

Le contrat avec le logisticien doit stipuler quelle est la responsabilité du logisticien dans les cas suivants :

- Casse ou vol de produits dans l'entrepôt (vérifier si un inventaire régulier du stock est réalisé) ;
- Erreur constatée sur la préparation de commande ;

- Retard dans l'expédition des commandes (notamment lorsque le site s'engage auprès du client sur une date de livraison).



Votre prochain rdv numérique :
« E-commerce
et droit de la consommation »



VOTRE CONTACT

Samuel COSTE

05 53 35 80 31 - 06 20 42 97 58

s.coste@dordogne.cci.fr

www.dordogne.cci.fr



 CCI DORDOGNE

¹ EDI : Echange de Données Informatisées.