LIVRE BLANC

Prestation logistique (3PL) et e-commerce

Comment les technologies supply chain peuvent aider les 3PL à relever les défis du e-commerce

infios
a Körber company

Introduction : l'essor du e-commerce

Avant l'essor du commerce en ligne entre 2005 et 2010, porté notamment par le géant du e-commerce Amazon, seuls 22 % des consommateurs effectuaient leurs achats en ligne.[1]

Aujourd'hui, les ventes en ligne devraient atteindre 7 890 milliards de dollars d'ici 2028. D'ici là, il est également prévu que 50 % de la population mondiale âgée de 14 ans et plus réalise ses achats sur Internet.[2] D'ici 2040, 95 % des ventes totales devraient avoir lieu en ligne.[3] L'effet Amazon a modifié les comportements et créé un nouveau type de consommateurs, pour qui les principaux critères sont la rapidité et la commodité. Amazon propose par exemple l'achat en un clic ou le one-stop shopping (possibilité de faire des achats de différentes natures au même endroit), des prix en moyenne moins élevés, un catalogue de plus de 12 millions de produits, des offres spéciales réservées aux membres et met en avant la rapidité de ses expéditions.[4] Pour les consommateurs, chaque critère manquant s'apparente à un compromis inutile.

Malheureusement, sans les ressources d'un géant du commerce, il est difficile de s'adapter à une nouvelle économie dans laquelle seules les entreprises les plus ambitieuses et les plus flexibles peuvent survivre. En février 2020, plus de 2400 magasins s'apprêtaient à mettre la clé sous la porte, mais tous les points de vente physiques ne sont heureusement pas contraints de fermer. Les conséquences les plus intéressantes de l'effet Amazon peuvent être observées dans les entreprises qui, justement pour prospérer, ont adapté leurs offres et leurs processus pour pouvoir proposer à leurs clients l'expérience unique et la qualité qu'ils espèrent lors de l'exécution de leur commande. Ces entreprises, nouvellement créées ou en phase de croissance rapide, sont une véritable opportunité pour les 3PL, car les capacités d'exécution de leur supply chain sont insuffisantes.



À quels défis les 3PL sont-ils confrontés ?

L'importance croissante de la vitesse d'expédition soulève autant de défis que d'opportunités pour les 3PL. Dans ce contexte tout neuf, la flexibilité et le contrôle des coûts deviennent de vrais critères de survie.

Par exemple, bien que les 3PL constatent d'année en année une croissance des volumes, la durée des contrats reste généralement courte et très variable.

La prévalence des contrats courts empêche les 3PL de justifier des dépenses dans de grands projets d'automatisation. Incapables d'investir dans l'automatisation à cause du manque de visibilité sur les revenus qu'elle peut générer, ils sont souvent obligés de recruter plus de personnel pour gérer les variations d'activité durant les contrats. Malheureusement, il est difficile de recruter et de retenir de la main-d'œuvre compétente, ce qui explique le rôle fondamental des travailleurs temporaires pour le succès des 3PL. Les agences d'intérim envoient généralement des personnes qui veulent travailler, mais qui sont souvent peu familières avec les nouvelles technologies alors que les entreprises n'ont pas toujours le temps de les former. Les solutions logicielles doivent donc être intuitives.

Mais en plus de tout cela, si la fourniture de services à des entreprises de e-commerce peut s'avérer fructueuse, elle reste aussi imprévisible.



Les entreprises de ce secteur doivent s'adapter à la hausse ou à la baisse d'un jour ou d'une semaine à l'autre et ont souvent trop peu de données pour prévoir les volumes, en particulier durant les promotions ou les pics saisonniers.

Sans ces informations vitales, les 3PL ne peuvent pas planifier ni vérifier qu'ils disposent de suffisamment de ressources pour gérer efficacement les volumes de commandes. Par crainte d'un manque de personnel en cas d'afflux soudain de commandes, beaucoup de 3PL surcompensent et embauchent plus d'aide qu'ils n'en ont besoin pour leurs opérations. Les recrutements en urgence ou le recours à de la main-d'œuvre non qualifiée posent problème quand il faut gérer de grands volumes de commandes.

Par ailleurs, le processus d'exécution des commandes passées en ligne est devenu très complexe. Aujourd'hui, la plupart des expéditions se déroulent en quatre à huit étapes. Le revendeur doit recevoir l'ordre, communiquer avec les entrepôts environnants pour savoir quels magasins ont le produit, confier l'expédition au premier partenaire de livraison, la transférer à un autre partenaire capable de livrer le produit dans le créneau de livraison impartie, et ainsi de suite. Les exigences mondiales relatives au transport et les différentes normes auxquelles les transporteurs doivent se conformer pour le e-commerce ne font qu'ajouter encore de nouvelles variables. De ce fait, non seulement le nombre d'étapes pour exécuter les commandes passées en ligne augmente, mais les exigences qui en découlent sont aussi de plus en plus complexes. Avec tant de variables, une simple erreur humaine peut facilement tout dérégler et rejaillir sur les 3PL sous forme de refacturations. Le nombre d'étapes nécessaires pour exécuter les commandes devrait continuer d'augmenter. Les demandes de services à valeur ajoutée (p. x. les demandes de marquages spéciaux, les consignes particulières d'emballage ou les demandes d'envoi combiné) se démultiplient et se corsent. Les 3PL doivent impérativement pouvoir traiter ces types de demandes, mais la capacité à le faire de manière efficace (et rentable) est aussi importante.

Les retours représentent aussi une source de défis bien spécifiques pour les 3PL. Le traitement d'un retour mobilise beaucoup plus d'employés que la préparation d'une commande. Pour ne rien arranger, les clients sont parfois incapables (ou refusent) d'indiquer des profils précis de retours ou d'estimer les volumes.

Comme mentionné plus haut, les clients des 3PL peuvent être de nouvelles entreprises ou des entreprises qui se développent rapidement et qui ne disposent pas elles-mêmes des dernières technologies. Le manque de précision ou l'invalidité des renseignements fournis (adresse ou informations clés des produits) sont aussi problématiques, car ils empêchent les 3PL d'attribuer des technologies et des automates à un compte. En effet, le manque de données qualitatives entraînerait trop d'intervention humaine pour automatiser les processus.

L'essor du e-commerce place donc les 3PL dans une situation délicate. Pour couvrir le dernier maillon de la supply chain et livrer la marchandise aux clients dans les délais, ils doivent non seulement gagner en rapidité et en efficacité, mais aussi devenir experts en résolution de problèmes. Malheureusement, de nombreux 3PL n'ont pas beaucoup de capital à investir dans de coûteuses solutions de gestion de supply chain. La bonne nouvelle, c'est que les deux stratégies les plus innovantes pour gagner en efficacité et surmonter les problèmes récurrents, à savoir les technologies vocales et la robotique, sont abordables et permettent d'obtenir rapidement un retour sur investissement (ROI).

Les technologies aident les 3PL à répondre à la demande

Les technologies étant la colonne vertébrale du e-commerce, les entreprises préfèrent s'entourer de partenaires 3PL technophiles et flexibles.

En montrant à ses prospects que les technologies n'ont pas de secret pour lui, un 3PL prouve sa capacité à faire face dans un environnement digital qui évolue à toute vitesse. Si un éventuel partenaire voit qu'il est avant-gardiste, compétent et flexible grâce à l'utilisation de technologies d'automatisation, il n'aura aucun doute quant à sa valeur. La valeur inspire la confiance, laquelle se traduit à son tour par un allongement de la durée des contrats, une meilleure prédictibilité des recettes et, à plus long terme, une augmentation des investissements en capital.

La toute première chose qu'un 3PL doit faire pour maîtriser les complexités et prendre le virage du e-commerce, c'est choisir un système de gestion d'entrepôt (WMS) adapté à ses opérations.



Le dernier kilomètre de la course logistique peut être imprévisible et volatile. Il oblige les 3PL à rationaliser les processus partout où ils le peuvent. Un WMS leur permet de réduire leurs coûts d'exploitation, de réagir rapidement aux mutations des besoins du marché engendrées par le e-commerce et d'intégrer n'importe quel niveau d'automatisation.

Un WMS adapté aux 3PL permet de créer et d'assigner directement des tâches, de gérer de gros volumes de commande de manière logique et efficace, avec des délais d'exécution courts. Un WMS plus avancé peut quant à lui aussi grouper des tâches et les assigner à des utilisateurs ou aux automates gagner en efficacité. Avec la complexification des commandes (services à valeur ajoutée, délais courts d'expédition, volumes élevés), chaque seconde de productivité perdue peut engendrer une perte de profit.

Intégration des transporteurs et emballage
Le traitement automatisé débouche sur des gains d'efficacité et de rentabilité. L'intégration des transporteurs raccourcit le délai de traitement des commandes et améliore la visibilité, tandis que le contrôle du processus même d'emballage permet de réduire la taille des emballages.

Les fonctionnalités telles que la recherche de tarifs en fonction du niveau de service ou la gestion de l'emballage par le système peut réduire les coûts du transport pour les 3PL et leurs clients.

Reporting des pertes et profits
La possibilité de rendre compte de la rentabilité par clients, mais aussi par branche d'activité ou par produit, est cruciale pour la santé financière d'un 3PL. Toutes les données relatives à la facturation des clients, aux coûts de la main-d'œuvre et aux frais généraux doivent être consignés dans le WMS pour permettre aux 3PL de contrôler les recettes, mais aussi le cost to serve, ou coût total du service. Recettes - coût total du service = profit.

Un WMS rapide à déployer et à mettre en œuvre est un réel atout pour attirer les bons clients.

L'introduction de l'assistance vocale et de robots est aussi un bon point de départ pour les entreprises qui souhaitent introduire des technologies stratégiques dans leur supply chain et renforcer l'action de leur WMS.

L'assistance vocale

La mise en œuvre de technologies vocales est l'un des meilleurs moyens d'améliorer l'efficacité opérationnelle des entrepôts des 3PL. Grâce à elles, les opérateurs peuvent se concentrer sur leur travail et exécuter leurs tâches plus rapidement. Lors du picking, elles indiquent aux employés équipés d'un kit mains libres les articles qu'ils doivent prélever, ainsi que leur localisation. Pour communiquer avec le serveur, les employés peuvent parler dans le microphone. Le système vocal reconnaît immédiatement les commandes et les retransmet au serveur.

Les opérateurs peuvent se déplacer librement à travers l'entrepôt et se concentrer sur les tâches critiques sans perdre de temps à chercher entre les rayons et sur les étagères. L'assistance vocale fait des merveilles lors des inventaires, renforce la sécurité et améliore la sélection des commandes, le réapprovisionnement et les inventaires tournants.

Elle aide aussi à résoudre les problèmes de personnel sous-qualifié que rencontrent les 3PL. Le casque apprend facilement à reconnaître la voix des utilisateurs et sa prise en main ne prend généralement qu'une quinzaine de minutes. Les technologies vocales sont d'excellentes options pour les 3PL qui commencent à équiper leur entrepôt de technologies, car elles sont très flexibles. Elles peuvent être utilisées avec n'importe quel type de produit et mises en œuvre sous forme de solution complètement automatisée ou semi-automatisée, en fonction des besoins et du budget disponible. D'ailleurs, le budget n'apparaît pas comme un obstacle, car l'assistance vocale est l'une des solutions d'entrepôt les plus abordables du marché et la plupart des 3PL entrevoient un ROI en seulement neuf mois. Les recherches menées dans ce secteur révèlent que les 3PL qui utilisent ces technologies vocales affichent une hausse de la précision de l'exécution des commandes de 85 % et une hausse de la productivité de 80 %. Le taux de satisfaction de leurs employés est aussi deux fois plus élevé.

Robots et automates

À l'avenir, d'après la plateforme Shopify, le e-commerce et la supply chain globale devraient s'appuyer massivement sur les robots d'entrepôt et l'intelligence artificielle. Plus de 3200 centres de traitement des commandes ont déjà été équipés de systèmes robotiques et les dépenses globales en automatisation des processus devraient atteindre puis excéder les 30 milliards de dollars d'ici 2030.[5]

Pourtant, de nombreux 3PL pensent encore que les solutions robotiques sont trop chères pour les entreprises de taille moyenne. Ces mêmes entreprises finissent souvent par dépenser des sommes trop importantes en robotique, car elles croient que tout l'entrepôt doit être équipé de robots ou qu'elles doivent acquérir tous ceux dont elles pourraient avoir besoin.

Toutefois, une stratégie « pay as you go » basée sur le principe de location s'avère plus raisonnable et rentable. Les 3PLs peuvent utiliser les robots comme un service et ne payer qu'un forfait mensuel pour utiliser les technologies, sans engager d'investissement en capital préliminaire. Ils peuvent ainsi adapter le nombre de robots en fonction de leur volume d'affaires pour minimiser les coûts et éviter de créer un environnement de travail hyper connecté mais inefficace. Les 3PL peuvent choisir d'automatiser entièrement les robots pour qu'ils prennent en charge des tâches comme le picking et les inventaires, ou opter pour une approche hybride avec des « cobots » qui aident les employés des entrepôts à faire leur travail en sécurité et efficacement. De plus, l'intégration d'outils robotiques entièrement automatisés avec des technologies d'assistance vocale est le moyen le plus pratique, le plus abordable et le plus moderne de dynamiser l'efficacité opérationnelle.



Modélisation des processus et des profits

Les variations de volume, le manque de données sur les profils de transaction et les retours (mentionnés plus haut) sont quelques exemples des problèmes récurrents chez les 3PL, qui doivent simuler la configuration de leurs bâtiments, leurs processus de manutention, des profils de transaction et des données concernant la main-d'œuvre. Ces simulations peuvent être basées sur les fluctuations de volume, sur les pires et les meilleurs scénarios de disponibilité du personnel, sur les profils de transactions ou sur n'importe quel autre type d'éléments de données pertinent et disponible. Cette modélisation est indispensable pour élaborer un devis précis en cas de nouvelle opportunité d'affaires et ainsi garantir la rentabilité et la santé financière de l'organisation.

Les outils de modélisation des processus et de la rentabilité peuvent être utilisés pour reconfigurer des comptes qui existent déjà. En chargeant les historiques de données et en travaillant sur les critères précédemment cités, les 3PL peuvent simuler l'amélioration de leur efficacité et procéder à des reconfigurations à partir de leurs modélisations. Et qui dit efficacité, dit rentabilité.

COMMENT LES 3PL PEUVENT-ILS SURMONTER LES COMPLEXITÉS

Les 3PL font face à un environnement de plus en plus complexe et en constante évolution, dans lequel l'essor du e-commerce et tout ce qu'il implique représentent le plus grand défi. Confrontés à des forces extérieures telles que l'évolution des attentes des clients en matière de délais de livraison et à des forces intérieures telles que la variation des besoins en main-d'œuvre, les 3PL doivent faire preuve d'agilité et de robustesse pour se défendre sur un marché dynamique.

Les 3PL peuvent surmonter les difficultés en utilisant des technologies et en déployant des stratégies adaptées, ainsi qu'en nouant des partenariats pertinents. Les technologies vocales et la robotique, lorsqu'elles sont associées à un système global de gestion d'entrepôt automatisé, peuvent aider les 3PL à relever le défi de l'exécution omnicanale dans l'ère du e-commerce.

Découvrez comment Infios peut aider votre entreprise à relever les défis de la croissance du e-commerce.

EN SAVOIR PLUS

Références

1. https://qz.com/1688548/amazons-control-of-e-commerce-has-changed-the-way-we-live
2. https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales
3. https://www.nasdaq.com/articles/uk-online-shopping-and-e-commerce-statistics-2017-2017-03-14
4. https://www.investopedia.com/terms/a/amazon-effect.asp
5. https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/robotic-process-automation-rpa-market

infios
a Körber company

Infios.com
Copyright © Infios ou ses sociétés affiliées
Tous droits réservés