

Numérisé c'est gagné !

Ou comment réussir la transformation numérique dans les entreprises du transport et de la logistique.

L'enjeu de demain réside certainement en l'intégration des nouvelles technologies quelles qu'elles soient dans les entreprises : mobilité, saas, numérisation des process. Les possibilités sont nombreuses... Un exemple concret avec le traitement des factures fournisseurs en lecture automatique de documents (LAD). Le poste, notamment dans les sociétés du transport et de la logistique qui en sont de grands consommateurs en sous-traitance, reste souvent manuel même si les entreprises disposent d'outils informatiques. L'idée en apportant de la numérisation est de gagner en productivité et

en temps mais également d'incorporer de l'intelligence et de rationaliser ce process, sans pour autant sacrifier du personnel. Des gains de productivité importants sont possibles. Il est ainsi estimé que sur la numérisation des factures, le retour sur investissement moyen est atteint entre 10 et 12 mois.

Deuxième exemple avec le retour de tournée. Il est désormais possible de numériser le processus en totalité via la mobilité. Le fait de collecter les informations en temps réel et géolocalisées apporte un gain de temps considérable par rapport aux anciennes ressaisies d'informations au retour de tournée qu'impliquait certaines organisations, en même temps qu'une fluidité de l'information permettant une grande réactivité. Ainsi, aujourd'hui le process peut être totalement numérisé et linéaire, y compris sur les moyens qui ne sont pas obligatoirement détenus en propre.

Devancer les nouveaux paradigmes

Cependant, certains secteurs d'activité sont manifestement plus en avance que d'autres sur ces sujets. Aussi proposer un état des lieux, aborder la digitalisation et sa traduction concrète dans l'entreprise devient indispensable. Dans le domaine du trans-

port et de la logistique, nombreux sont les acquis dont fait partie l'EDI, une forme de numérisation des échanges qui a par la suite engendré le Web EDI et les autres solutions qui permettent de démocratiser davantage l'écosystème de l'entreprise. Mais tout reste perfectible. De même, dans ce secteur, la recherche de traçabilité n'a jamais été aussi importante. Qui dit traçabilité, dit également qualité. Cette qualité s'expose aujourd'hui et se visualise très vite. Les consommateurs ont un avis sur tout, sont infidèles par essence et changeants. Dans ce contexte, la numérisation de la consommation impose aux entreprises de se préparer à ces nouveaux paradigmes, d'y répondre, voire de les devancer !

Impliquer les collaborateurs

Pour cela, une conduite du changement forte est impérative. Les aspects accompagnement et la gestion du changement peuvent même être plus importants que l'objectif final ! Pour mettre toutes les chances de leur côté, les collaborateurs d'entreprise doivent être totalement impliqués dans le projet de digitalisation de leur société afin d'éviter les rejets et les freins de toute nature. L'approche

reste qualitative, en vue d'assigner le personnel à d'autres missions à plus forte valeur ajoutée. Finalement, l'objectif est de se montrer proactif sur l'exception et non pas au détriment de tout ce qui se passe très bien dans l'entreprise : c'est-à-dire n'automatiser que les tâches sur lesquelles la numérisation va avoir un impact positif.

Akanea Développement se propose d'accompagner les entreprises dans leur démarche de digitalisation et de numérisation. Les entreprises et leurs dirigeants se montrent aujourd'hui très sensibles à ces problématiques. Et la taille de l'entreprise importe peu. Au contraire, de nombreuses TPE ont grandi en étant digitales nativement. Elles ont intégré dès le départ cette dimension et ont gagné en agilité... Car il est souvent plus facile de naître digital que de se transformer digitalement. Chez Akanea Développement, 9 entreprises clientes sur 10 achètent le TMS de l'éditeur en mode saas, lequel présente de nombreux avantages en termes d'agilité mais également de coûts.

Le phénomène digital est toutefois nouveau. Il demande désormais à être mieux compris, diffusé et abordé. ■



Arnaud Martin,
directeur du développement chez
Akanea Développement

« Il est souvent plus facile de naître digital que de se transformer digitalement ».