



FLOW
by TIE Kinetix

PARTNER
AUTOMATION™



Guide pour se lancer dans la transformation digitale de la Supply Chain

Dans ce guide

Comprendre la Supply Chain digitale

- » Ce que la Supply Chain digitale n'est pas
- » Ce qu'est une Supply Chain digitale
- » Qu'est-ce que le "End-to-End" ?

Comment réussir sa digitalisation de la Supply Chain

- » Ne pas avoir de fondations solides
- » Ne pas savoir par où commencer
- » Le manque d'expertise et/ou de support de la part de l'entreprise
- » Les partenaires commerciaux ne sont pas « embarqués »

Quels sont les coûts ?

- » N'allez pas trop vite
- » Ayez un plan défini
- » Commencez de l'intérieur
- » Embarquez vos partenaires commerciaux
- » Qui doit investir dans une solution EDI « End-to-End » ?
- » Coûts de la Supply Chain pour une solution EDI de bout en bout
- » Coûts supplémentaires de Supply Chain

Dites Bonjour à FLOW...

Comprendre la Supply Chain digitale

Bien qu'en perpétuel changement, le concept de digitalisation de la Supply Chain n'est pas nouveau. Avec la maturation du Big Data, les avancées de l'intelligence artificielle et du machine learning, la progression de la blockchain, et un intérêt grandissant pour les solutions SaaS hébergées en cloud, la digitalisation de la Supply Chain s'étend sur de nouveaux territoires.

Même si une Supply Chain Digitale offrait déjà une expérience complète depuis quelques années, aujourd'hui beaucoup plus d'éléments sont impliqués d'un bout à l'autre de la chaîne. De l'IoT* dans l'industrie en passant par la planification logistique plus poussée dans les transports, une Supply Chain digitalisée n'est pas statique. En bref, une entreprise doit s'adapter constamment à de nombreux changements pour y arriver.

Ce que la Supply Chain digitale n'est pas

Plutôt que de commencer par la signification d'une Supply Chain digitale, il serait peut-être plus efficace de commencer par ce qu'elle n'est pas.

Une Supply Chain digitale n'est pas la mise en œuvre d'une ou plusieurs technologies numériques pour soutenir un processus spécifique. Les prestataires de services proposent des solutions d'EDI et de facturation électronique qui aident les entreprises à digitaliser à 100% leur Supply Chain. Mais ni l'envoi d'une facture numérique ni une solution EDI ne suffisent à rendre une Supply Chain complètement digitale. Le même principe peut être appliqué dans

tous les processus isolés existants. Une Supply Chain digitale n'est donc pas isolée. La digitalisation des processus d'entreprise au moyen de solutions techniques ne représente que la moitié de la formule. Une Supply Chain digitale ne peut être réalisée si les différents systèmes et applications ne communiquent pas activement entre eux, ou plutôt n'échangent pas de données en temps réel.

En outre, une Supply Chain ne se résume pas aux solutions qui la rendent digitale. L'ajout d'une nouvelle technologie d'entreprise n'est pas toujours une bonne décision, surtout si vous êtes encore en train de la découvrir.

CE QU'EST UNE SUPPLY CHAIN DIGITALE

En comprenant ce qu'une Supply Chain digitale n'est pas, il devient beaucoup plus facile de conceptualiser ce qu'est une Supply Chain digitale.

Une Supply Chain digitale ne présente aucune faille. Tous les processus opérationnels et logistiques sont inclus dans une solution appropriée (par exemple, une solution EDI), et tout est connecté. En plus de la technologie, une Supply Chain digitale a également un côté humain, qui nécessite la volonté de changer et la gestion efficace de ce changement.

Cela signifie, en un sens, qu'une Supply Chain digitale est une Supply Chain complète de bout en bout ; les outils numériques (systèmes, applications, services, etc.) s'associent à l'initiative humaine pour une transparence totale à tous les niveaux.

C'EST QUOI LE "END-TO-END"?

La Supply Chain est sans aucun doute de plus en plus complexe, il ne s'agit plus d'un modèle linéaire. Cependant, quand la Supply Chain pouvait encore être décrite comme un modèle linéaire, l'idée d'une Supply Chain de bout en bout (ou end-to-end) existait déjà et pouvait être construite assez facilement.

Alors que les réseaux de partenaires commerciaux continuent de s'étendre et que de nouveaux acteurs et services entrent sur le marché (par exemple, les fournisseurs de services logistiques et la livraison directe), la réalisation d'une Supply Chain de bout en bout devient de plus en plus un défi.



Comment réussir sa digitalisation de la Supply

2

Suite à la pandémie de COVID-19, 44% des entreprises ont accéléré ou prévoient d'accélérer leur transformation numérique.

Malgré ces recherches, Gartner affirme que plus de 50% des organisations n'ont pas encore commencé activement à construire un plan d'action pour la digitalisation de leur Supply Chain. Alors qu'est-ce qui retient les entreprises ?



Voici quatre obstacles que rencontrent souvent les entreprises lorsqu'elles décident de digitaliser leur Supply Chain, et comment les surpasser.

1. NE PAS AVOIR DES FONDATIONS SOLIDES

En réalité, beaucoup de Supply Chains ont réagi trop lentement aux circonstances changeantes et sont toujours en train de construire les fondations requises pour se confronter au marché d'aujourd'hui. Pour ces entreprises, il est probable qu'elles soient encore en train de revoir leurs processus internes inefficaces, ainsi que leurs bases papiers. Dans ce cas, leurs efforts de digitalisation de la Supply Chain sont immatures ; elles essaient de rattraper leur retard en se dépêchant d'implémenter des technologies numériques qui auraient dû être déployées il y a des années.

Une organisation doit évaluer efficacement l'innovation numérique avant de développer et/ou d'adopter une nouvelle technologie. Si elle n'est pas préparée au cœur même de ses opérations, cela sera très difficile. Ce qui conduit souvent à une autre situation commune : une entreprise commence à implémenter une nouvelle technologie pour sa Supply Chain, mais ne mesure pas complètement les avantages annoncés.

Les résultats tangibles ne seront obtenus que si la stratégie de la Supply Chain de l'organisation est soigneusement planifiée. Il s'agit d'abord de faire les premiers pas et d'apporter les changements nécessaires avant de foncer vers la ligne d'arrivée. Bien que cela semble évident, de nombreuses entreprises implémentent de nouvelles technologies prématurément en essayant de réussir la transformation de leur Supply Chain le plus rapidement possible. Le plus souvent, cela les retarde plus qu'autre chose.

2. NE PAS SAVOIR OU COMMENCER

Cela nous conduit à une autre situation bien connue : le manque de planification. Cela affecte les entreprises de tous niveaux de maturité, mais plus spécifiquement celles qui doivent encore construire leurs fondations.

Dans tous les cas, ne pas savoir par où commencer quand on développe une stratégie de Supply Chain provoque des complications à long et court-terme. Pour déterminer un point de départ, il est préférable

pour toute organisation d'évaluer d'abord les points sensibles, puis de les relier à la technologie appropriée. Les points douloureux spécifiques varieront, car ils dépendent fortement du niveau de maturité de l'organisation. Cependant, quand le problème est clairement identifié, il devient plus aisé de trouver une solution pour le résoudre.

Cette recherche conduit les entreprises à explorer les bonnes technologies dès le départ, et ainsi dessiner

un chemin clair vers la transformation de leur Supply Chain. A partir de là, la plupart des entreprises vont voir leur stratégie se mettre en place tout naturellement.

3. LE MANQUE D'EXPERTISE ET/OU DU SUPPORT DE LA PART DE L'ENTREPRISE

La digitalisation de la Supply Chain est plus souvent freinée par le facteur humain que par le manque de technologies numériques. Quand une transformation de la Supply Chain Digitale est entamée, beaucoup d'entreprises sont confrontées à deux obstacles internes qui stoppent leurs efforts : le manque d'expertise technologique et de soutien managérial.

Sur ces deux obstacles, il est toujours plus simple de compenser l'incapacité technique. Quasiment tous les experts en stratégies de Supply Chain s'accordent à dire que dès qu'un certain niveau de digitalisation a été atteint, il faudra recruter de nouveaux talents expérimentés pour gérer les logiciels encore inconnus en interne. Enfin, la stratégie de la Supply Chain devra inclure une formation IT pour les collaborateurs et une solution de support de la part des fournisseurs de solutions.

D'un autre côté, le manque de soutien de la part de l'entreprise est plus compliqué à surpasser. Alors que des technologies complexes et le défi de l'implémentation peuvent freiner le progrès lorsque les ressources ne sont pas à la hauteur, les capacités techniques peuvent être apprises et/ou acquises. A l'inverse, la volonté de changer est une mentalité. Et cela demande quelque chose de bien plus compliqué à apprendre : de fortes capacités

Qu'est ce que l'"Onboarding"?

Il permet de prendre en compte vos partenaires commerciaux en les embarquant dans vos procédés de digitalisation.



managériales. Les technologies de Supply Chain voient habituellement un retour sur investissement en moins de deux ans. Elles sont des éléments primordiaux pour réussir une stratégie sur le long terme. En plus de cela, la transformation de la Supply Chain Digitale démontre que la croissance augmente, que les risques diminuent et que les coûts sont optimisés.

Cela étant dit, le plus important à retenir est la nécessité d'un fort alignement entre l'entreprise et la stratégie de la Supply Chain pour pouvoir réussir. Une bonne digitalisation de la Supply Chain ne peut se réaliser que si les capacités techniques et l'ouverture d'esprit sont de concert.

4. LES PARTENAIRES COMMERCIAUX NE SONT PAS "EMBARQUES"

Il existe un autre obstacle qui mérite d'être développé : les complications d' onboarding. Ce n'est pas parce que l'entreprise est prête à exécuter sa stratégie de Supply Chain si bien pensée que tous ses partenaires sautent de joie. Le plus souvent, les entreprises qui tentent de digitaliser leur Supply Chain n'arrivent pas à atteindre leur objectif à cause des fournisseurs qui n'ont pas la volonté d'adopter une nouvelle manière de fonctionner.

Dans une interview Logistic Management, Dwight Klappich, VP of Supply Chain Execution Research chez Gartner l'exprime parfaitement : « Dans le management de la Supply Chain, sans même évoquer la technologie, activer un écosystème est très difficile. Une nouvelle technologie qui n'a pas encore fait ses preuves, blockchain ou n'importe quelle autre, ne va pas inciter les fournisseurs à faire ce qu'ils sont censés faire, quand ils sont supposés le faire, comment ils doivent le faire, de la manière dont vous voulez que ce soit fait. Le problème n'est pas la technologie, c'est l'activation de l'écosystème. »

Le problème de l'activation d'un écosystème devient particulièrement vrai lorsqu'il s'agit d'EDI et de facturation électronique. Aujourd'hui, les entreprises ont tendance à prendre le problème à l'envers en ayant un point de vue de l'intérieur, alors qu'un point de vue externe a le potentiel de réaliser une connexion sans accroc avec les partenaires commerciaux. Avec un regard extérieur tourné vers l'intérieur,

les entreprises comprennent mieux les besoins de leurs partenaires et peuvent les approcher de façon proactive sans compromettre leurs relations.

Quels sont les coûts ?

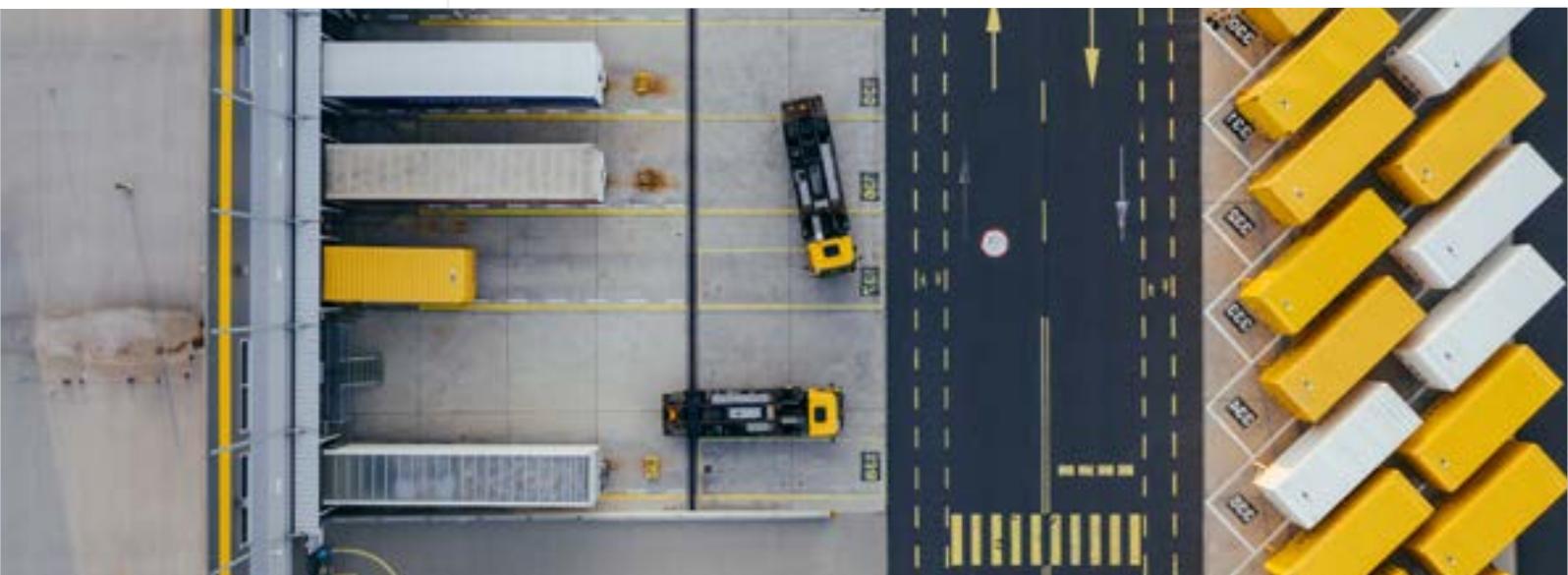
Certains investissements deviennent inestimables tant ils sont indispensables et importants. D'ailleurs, tous les offreurs de solutions sont de cet avis quand il s'agit de la transformation digitale de la Supply Chain. Les entreprises tentent également d'optimiser leurs dépenses IT tout en limitant des achats, parfois désordonnés, de logiciels. En conséquence, la transparence des prix est désormais primordiale. Après tout, vous en voulez pour votre argent et ne souhaitez pas perdre du temps à évaluer une solution qui n'est peut-être pas à votre portée.

Ainsi, quels coûts pouvez-vous envisager au cours de la digitalisation de votre Supply Chain ? Nous allons vous donner une idée générale des prix d'implémentation de l'EDI mais aussi des dépenses qui peuvent être récurrentes. Sans évaluation poussée de votre Supply Chain et de vos besoins exacts, il est très compliqué de donner un devis précis, voilà pourquoi nous resterons dans une fourchette large.

3

UN BREF RETOUR EN ARRIERE

Dans le chapitre précédent de ce Guide de démarrage, nous avons déconstruit les quatre obstacles qui empêchent trop souvent les entreprises d'avancer dans leurs démarches de digitalisation. Voici un rapide résumé, car, quand il s'agit de garder les coûts de Supply Chain au plus bas, tout est connecté.



1. N'ALLEZ PAS TROP VITE

Si votre entreprise se rue dans l'implémentation de technologies numériques qui auraient dû être déployées il y a des années, il est important de ne pas se précipiter dans de nouveaux investissements techniques prématurément. Cela peut faire flamber les prix et il y a très peu de chances que vous réalisiez les mêmes bénéfices qu'une entreprise qui a déjà de solides bases.

2. AYEZ UN PLAN DEFINI

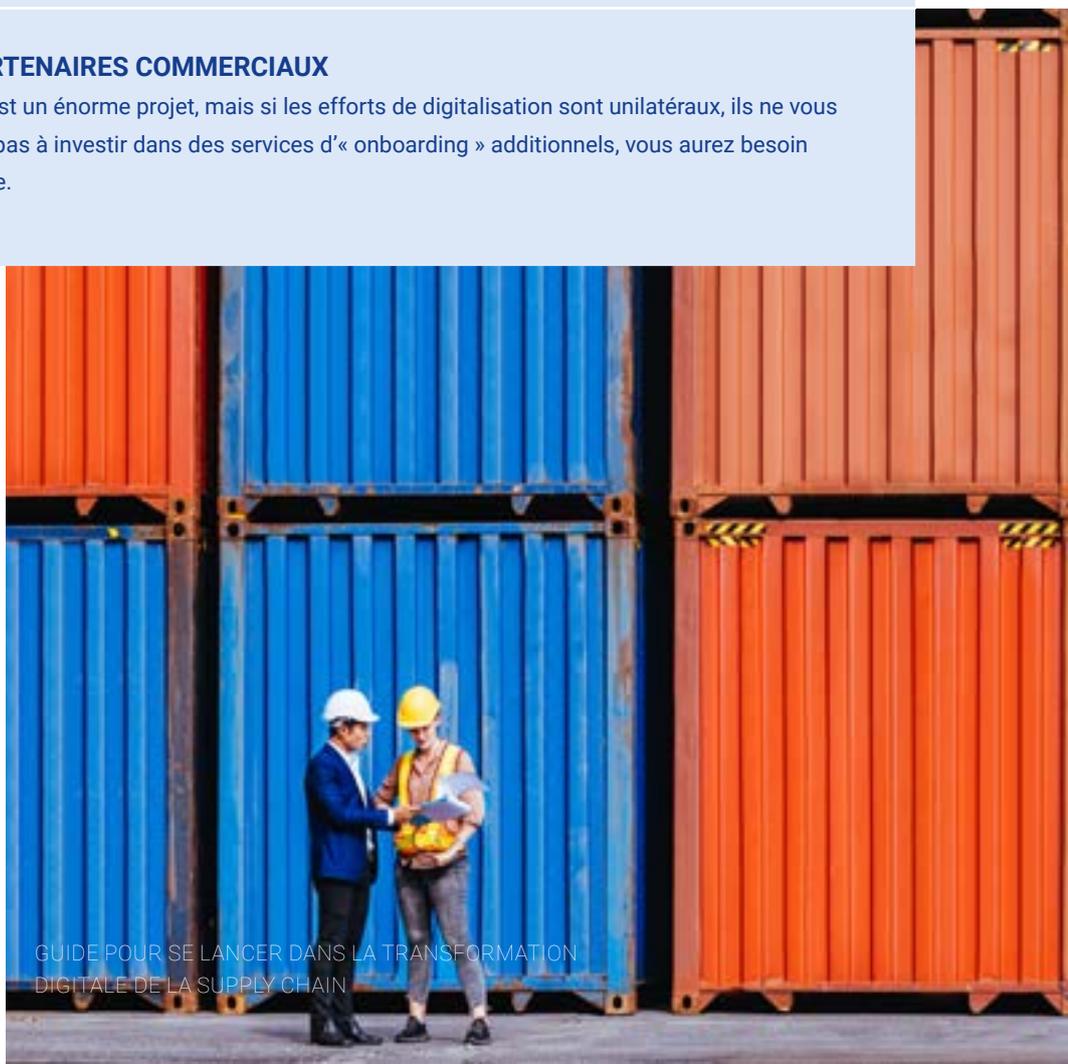
Il faut déterminer quelles sont ses principales difficultés pour trouver une solution adéquate. Cela reste la meilleure manière de minimiser des dépenses numériques inutiles. Soyez réalistes quand vous évaluez le niveau de maturité de votre entreprise et explorez les technologies en accord dès le départ.

3. COMMENCEZ DE L'INTERIEUR

La digitalisation est plus souvent freinée par le facteur humain que par le manque de solutions numériques. Faites en sorte que votre équipe IT interne soit formée sur les nouvelles technologies, mais aussi que toute l'entreprise soit préparée au changement. Investir dans les bons talents (experts) et dans une communication interne (stratégie et garantie) conduiront à une réduction des coûts de la Supply Chain sur le long terme et ainsi mieux placer l'entreprise sur le chemin du succès.

4. EMBARQUEZ VOS PARTENAIRES COMMERCIAUX

L'activation de l'écosystème est un énorme projet, mais si les efforts de digitalisation sont unilatéraux, ils ne vous mèneront pas loin. N'hésitez pas à investir dans des services d'« onboarding » additionnels, vous aurez besoin d'un maximum d'aide possible.





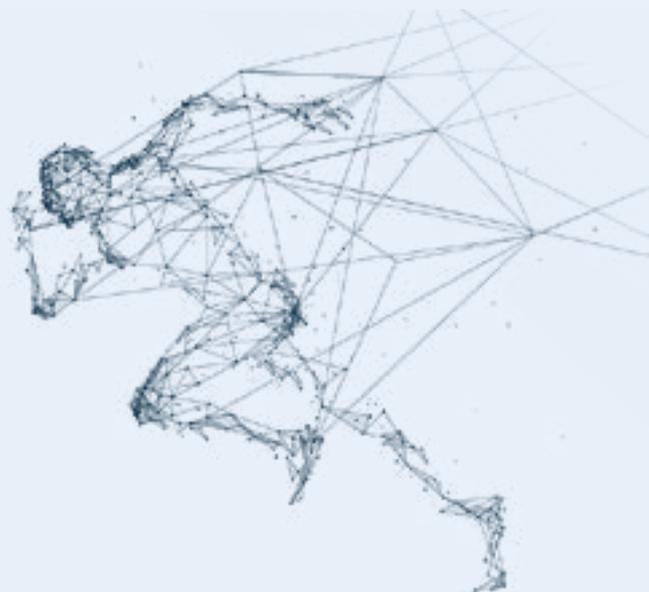
QUI DOIT INVESTIR DANS UNE SOLUTION “END-TO-END”?

Si vous avez lu attentivement l'ensemble de ce guide, vous connaissez probablement la réponse : ce type d'investissement est fait pour des entreprises qui sont prêtes à lancer leur propre solution EDI à grande échelle.

Une solution EDI de bout en bout est un élément essentiel de tout plan de numérisation de la chaîne d'approvisionnement. La solution se trouve dans le cloud et s'intègre sans heurts à votre ERP ou votre système en « back-end ». Elle doit aussi pouvoir se connecter avec un large panel d'autres technologies de Supply Chain, telles que les WMS*, et fournir des rapports détaillés sur les échanges en temps réel. De plus, cela aide les entreprises à réaliser des transactions commerciales plus rapidement, et automatise à la fois les procédés « Procure-to-Pay » et « Order-to-Cash » pour une Supply Chain totalement transparente. En d'autres termes, cela vous permet d'accomplir la transformation numérique de votre Supply Chain.

Pour revenir aux points précédents, il est crucial que votre solution EDI s'intègre parfaitement dans votre plan global de digitalisation de Supply Chain. Il doit être flexible, c'est pourquoi une solution EDI de bout-en-bout fournit généralement plus qu'une seule option pour l'échange de documents, et les prix de Supply Chain vont évoluer en accord.

En investissant dans une solution « End-to-End », l'entreprise qui décide d'implémenter une solution EDI de Bout-en-Bout peut facilement se connecter avec le partenaire commercial qui est prêt à recevoir de l'EDI. Le tout offre également une réponse appropriée pour les petits et moyens partenaires qui n'ont pas les moyens d'investir dans leur propre solution.



COUTS DE LA SUPPLY CHAIN POUR UNE SOLUTION EDI DE BOUT A BOUT

Passons aux choses sérieuses : Une estimation du coût d'implémentation d'une solution EDI en SaaS de Bout-en-Bout :

Coûts de démarrage uniques

Malheureusement, les coûts de démarrage ponctuels sont difficiles à estimer. Désolé de vous décevoir ! En fait, ces coûts sont généralement calculés trois facteurs :

1. Le nombre de processus (facturation, livraison, etc..) pour lesquels l'EDI est nécessaire
2. Le nombre de mapping EDI à effectuer
3. Le nombre de partenaires à connecter

Frais d'échange de documents*

Documents électroniques/EDI	À partir de 0,02 € par document
Documents PDF	À partir de 0,75 € par document
Soumis via un portail WebEDI	À partir de 0,65 € par document

* Il s'agit de taux moyens sur le marché. Les taux réels peuvent être plus élevés.

COUTS SUPPLEMENTAIRES DE SUPPLY CHAIN

Alors que les dépenses ci-dessus devraient vous donner une idée générale de ce que vous coûtera l'installation de base d'une solution EDI de Bout-en-Bout, il y a des dépenses additionnelles à considérer. Ces autres dépenses incluent, mais ne sont pas limitées à :

Archivage électronique (E-Archiving)

Beaucoup d'entreprises investissent dans ce service optionnel à cause de l'archivage légal imposé par le gouvernement. En France, par exemple, une facture électronique doit être archivée pendant 10 ans.

Récupération après Sinistre (Disaster Recovery)

La continuité d'une entreprise va de pair avec une restauration après sinistre. Cela devient de plus en plus commun pour les entreprises d'investir dans une restauration en temps réel pour se protéger en cas de coupure ou de pertes liées à différents facteurs (ex. : coupure d'électricité).

Services d'Onboarding

La mise en relation des partenaires commerciaux est un énorme défi et est chronophage. C'est pourquoi beaucoup d'entreprises préfèrent déléguer cette tâche aux experts, c'est-à-dire le fournisseur de la solution.

Mapping de Partenaires Commerciaux Supplémentaires

La plupart des coûts associés à la construction des mappings des partenaires commerciaux de la Supply Chain sont inclus dans l'installation de base. Cependant, si vous êtes une entreprise en constante évolution avec un réseau de partenaire grandissant, vous aurez besoin de plus de mappings, ce qui a un coût.

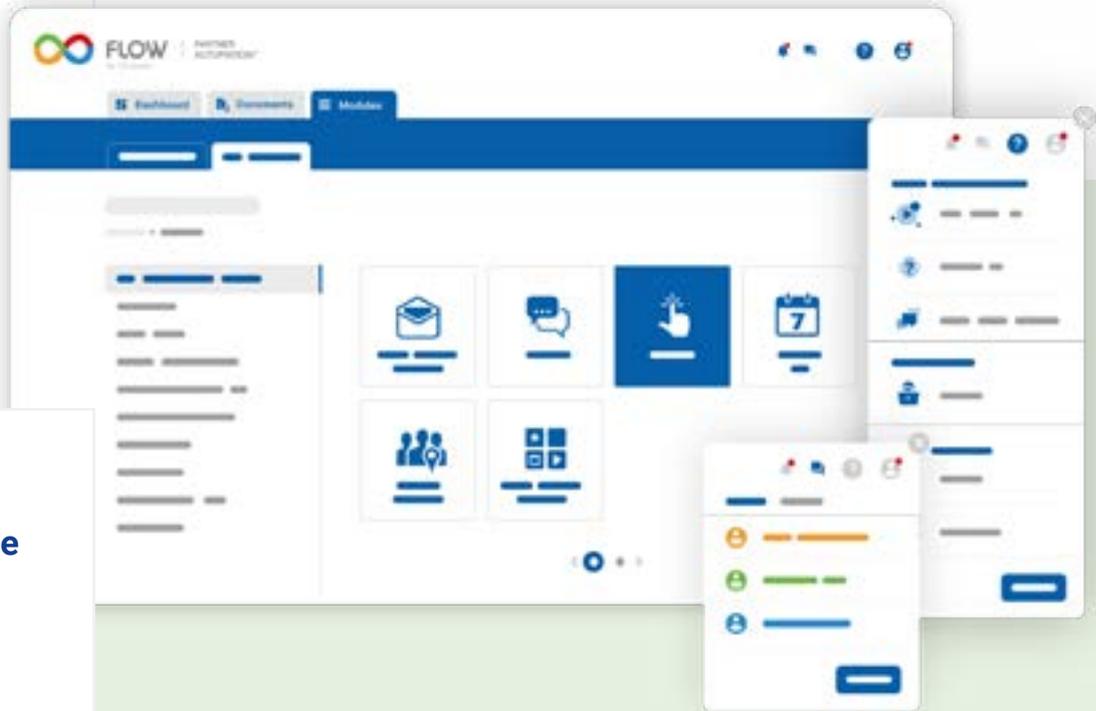
Travail hors périmètre

Cela peut être tout et n'importe quoi, qui peut arriver avant, pendant ou après l'implémentation. Ce type de dépenses correspond généralement à une requête unique de l'entreprise, qui est facturée en conséquence.



Dites Bonjour à FLOW...

Notre plateforme FLOW fait passer vos efforts de transformation numérique à la vitesse supérieure. Avec des capacités d'échange de documents de pointe, un déploiement dans le cloud et une optimisation constante de la plateforme, FLOW est une solution faite pour durer.



Plus de 2500 entreprises dans le monde nous font confiance

"Avec TIE Kinetix, nous avons trouvé une solution que nos équipes peuvent utiliser très facilement, en limitant au maximum le nombre de tâches opérationnelles."

- Martijn van der Woerd, CFO, Sodexo

Le concept est simple

FLOW se compose de trois modules uniques d'échange de documents, chacun étant adapté aux besoins d'un groupe spécifique de partenaires commerciaux (petits, moyens, et grands).

Nous n'avons pas besoin d'une longue liste de solutions pour répondre à une liste tout aussi longue de besoins opérationnels. Lorsqu'il s'agit d'automatiser les processus procure-to-pay, FLOW est la seule plateforme dont vous avez besoin.

Obtenir des conseils gratuits

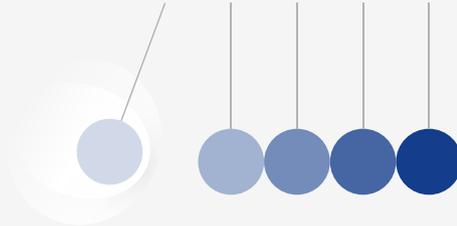
& découvrez ce que FLOW peut faire pour vous.



FLOW
by TIE Kinetix

PARTNER
AUTOMATION™

À propos de TIE Kinetix



Chez TIE Kinetix, nous aidons les entreprises de toutes tailles à atteindre leurs objectifs de digitalisation. Notre plateforme FLOW Partner Automation, basée sur le Cloud, a pour but d'éliminer une partie ou la totalité des documents papiers de la supply chain. Cela permet à nos clients de se concentrer sur trois initiatives d'entreprise qui entraînent un véritable changement organisationnel : l'efficacité des processus métiers, la conformité et la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

Nous croyons que la digitalisation, et pas seulement la numérisation, est l'avenir. Nous croyons au développement conscient, et nous croyons au fait de devoir progresser nous-même, mais aussi de faire progresser nos clients. Plus de 2 500 entreprises ont choisi TIE Kinetix pour soutenir leurs projets d'EDI, de facturation électronique et de digitalisation en général. Nous sommes fiers de faciliter l'échange de 81 millions de documents par an via FLOW, soit l'équivalent de 10 000 arbres sauvés.

TIE Kinetix est une société cotée en bourse (Euronext : TIE) présente en France, aux Pays-Bas, aux Etats-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Australie.


TIE KINETIX

Visiter www.TIEKinetix.fr

Pour plus d'informations, prenez contact avec nous
par téléphone: **+33 (0)4 11 95 01 00** ou par email: info@TIEKinetix.fr