



LA LOGISTIQUE e-COMMERCE

MORPHOBURO | Ecub INCUBATEUR E-COMMERCE



La e-logistique ?

La e-logistique est un ensemble de processus logistiques suivis pour gérer les flux spécifiques aux ventes sur internet, du stockage à l'expédition des commandes jusqu'au client final incluant :

- avoir un site internet e-commerce (Prestashop, Woocommerce, Shopify...)
 - la liaison de son site au WMS pour la gestion des entrées et éviter les erreurs (EAN, identification, slotting optimisation espace de stockage, robots...)
- la gestion des stocks (WMS),
- la préparation des commandes (le picking: optimisation des chemins de sortie)
- l'emballage, emballage frais, sensible, personnalisé, RSE, le prix, le volume, l'automatisation, la mécanisation des colis.
- l'expédition, la stratégie marketing de prix, le transport sur le site
- la livraison à domicile, en point relais ou en boutique pour le click and collect
- la gestion du dernier et premier kilomètre, ZFE
- la gestion des retours et du service après-vente ou SAV



Site internet & WMS

Premièrement, même si cela semble évident, il est indispensable d'avoir un site internet e-commerce (Prestashop, Woocommerce, Shopify...) pour faire de la e-logistique.

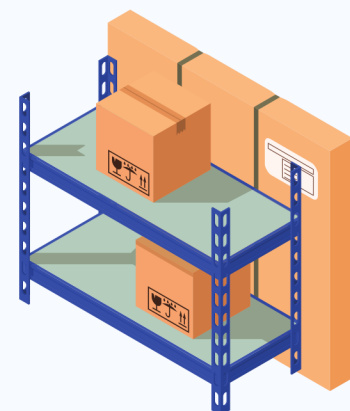
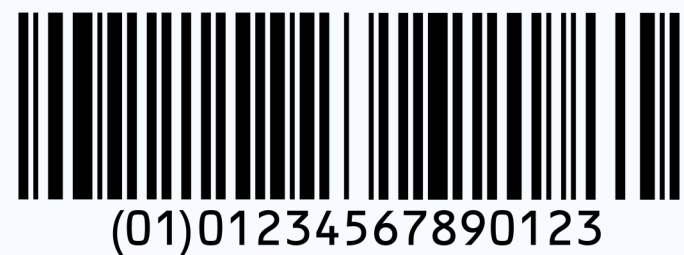
Une fois que le site est en ligne, il faut le lier au WMS (Warehouse Management System) pour la gestion des entrées et éviter les erreurs.



Gestion des stocks

La bonne liaison entre le site internet et le logiciel WMS permettra une gestion optimale des stocks. Elle permettra aussi d'assurer un meilleur contrôle sur les opérations d'entrepôt quotidiennes, de l'arrivée des marchandises et des matériaux jusqu'à leur sortie.

Une bonne organisation au sein de l'entrepôt assurera une préparation des commandes optimale (le picking, le slotting, code EAN, identification des produits, des rangements, RFID, robotisation, optimisation...)



L'emballage

Il existe différents types d'emballages selon les produits :

- l'emballage standard
- l'emballage frais
- l'emballage sensible
- l'emballage personnalisé



Outre le type, d'autres critères sont à prendre en compte pour choisir son emballage comme :

- l'engagement de votre entreprise d'un point de vue RSE
- le prix et le volume nécessaires
- l'automatisation, ou non, du processus d'emballage
- la volonté de mutualiser les achats pour réduire les coûts d'achat



L'expédition

La partie expédition du processus d'e-logistique doit être bien réfléchi. Des points clefs sont à ne pas négliger tels que :

- la stratégie marketing de prix
- le transport sur le site
- la livraison à domicile, en point relais ou en boutique pour le click and collect, drive, locker
- la gestion du dernier kilomètre ou du premier kilomètre dans le cadre de Morpho e-CUB
- l'éventuelle mutualisation des collectes et des livraisons afin de réduire les coûts et l'impact environnemental



La gestion des retours et SAV

La gestion du service après-vente est un élément clef de la relation client et donc à ne surtout pas négliger puisqu'il permet d'assurer un suivi auprès de la clientèle et d'évaluer la satisfaction, ou non, de cette dernière.

Il est important de créer une relation de confiance dans le but de pérenniser la relation à des fins de fidélisation.

Un client satisfait du SAV recommandera l'entreprise auprès de son entourage alors qu'un client mécontent n'hésitera pas à dégrader sa réputation. En effet, **89%** des personnes ayant eu une mauvaise expérience avec le SAV d'une entreprise, ont arrêté d'acheter ses produits.



Les acteurs de la logistique e-commerce

01.

Le e-commerçant

Il joue un rôle central dans ce secteur d'activité puisqu'il promeut et commercialise ses produits

02.

Le fournisseur

Il fournit au e-commerçant les marchandises et/ou matières premières nécessaires à la production

03.

Les transporteurs

Il en existe 2 types : ceux qui interviennent dans le transport amont et ceux qui se chargent du transport aval

04.

Les prestataires logistiques

Les commerçants font appel à eux lorsqu'ils externalisent leur e-logistique

Les spécificités de la logistique e-commerce

CARACTÉRISTIQUES	LOGISTIQUE TRADITIONNELLE	LOGISTIQUE E-COMMERCE
Type de commande/envoi	<ul style="list-style-type: none">• Chargement complet des camions• Consolidation des marchandises	<ul style="list-style-type: none">• Paquets• Petites charges
Profil client	<ul style="list-style-type: none">• Connu• Fidèle	<ul style="list-style-type: none">• Inconnu• Aléatoire• Peu fidèle
Flux de marchandises	<ul style="list-style-type: none">• Régulier• Clair	<ul style="list-style-type: none">• Irrégulier• Complexe
Destination	<ul style="list-style-type: none">• Entreprises• Boutiques physiques	<ul style="list-style-type: none">• Particuliers• Entreprises dans une moindre mesure
Demande	<ul style="list-style-type: none">• Stable• Prévisible	<ul style="list-style-type: none">• Soumise à variations• Difficile à prévoir



1

La Gestion de
l'inventaire



2

Le Traitement
des commandes



3

Le Conditionnement
des articles



4

L'Expédition



5

Le Traitement
des retours

Les étapes d'une logistique e-commerce optimale

QUELLE STRATÉGIE LOGISTIQUE E-COMMERCE CHOISIR ?

Le Dropshipping

Le dropshipping est un moyen d'acheminer les commandes directement depuis vos fournisseurs vers le client. C'est le fournisseur qui détient le stock. Quand une commande client vous parvient, vous transférez la demande auprès du fabricant concerné, qui se chargera de l'expédier au client.

Avantages & Coûts

- ✓ Risques limités
- ✓ Économies significatives de coûts logistiques
- ✓ Flexibilité dans le choix des produits vendus sur sa e-boutique
- ✓ Envoi des paquets dans le monde entier
- ✓ Marges faibles sur vos produits (20 à 40 %)

Cette stratégie peut s'avérer utile, si vous n'avez pas besoin d'avoir la main sur vos livraisons, et rapide puisque vous pouvez confier l'expérience livraison à un tiers.

L'eFulfillment

L'eFulfillment désigne toutes les étapes à remplir pour traiter et acheminer les commandes dans le cadre de ventes en ligne, de leur réception à l'arrivée du colis entre les mains du client.

Les processus logistiques peuvent être externalisés dans leur ensemble à des prestataires externes.

Avantages & Coûts

- ✓ Vous gardez le contrôle sur les stocks et les processus de vente
- ✓ Vous pouvez ajuster les marges pour une meilleure rentabilité
- ✓ Les investissements sont importants

Cette stratégie peut être judicieuse si vous avez les fonds pour investir dans ce modèle logistique et si vous traitez de forts volumes de marchandises. De plus, cette méthode est à envisager si vous souhaitez consacrer votre temps sur votre cœur de métier et le développement de votre entreprise.

Externaliser sa logistique

En externalisant la logistique à un prestataire spécialisé dans l'e-commerce, vous bénéficiez des avantages suivants :

- La prise en charge d'opérations de toute nature et envergure
- Un gain de temps considérable
- La maîtrise des coûts
- Un accompagnement inclus pour optimiser votre supply chain, etc.

Avantages & Coûts

- ✓ Un gain de temps précieux
- ✓ Vous profitez d'un savoir-faire professionnel
- ✓ Vous augmentez votre rendement en améliorant votre système de retour et de livraison
- ✓ Il existe des frais fixes à réception de l'inventaire, mensuels de stockage par m³ ou par palette, d'expédition...

Cette stratégie logistique est utile si vous cherchez à gagner du temps et vous concentrer sur votre cœur de métier tout en profitant de savoir-faire expert.

Gérer votre logistique vous-même

Il est évidemment possible de gérer la logistique par vos propres moyens sans avoir recours à de la sous-traitance. Cette option a toute sa raison d'être lorsque les volumes vendus sont encore faibles et le traitement et l'expédition des commandes ne représentent pas encore une charge conséquente.

Avantages & Coûts

- ✓ Vous gardez entièrement le contrôle de vos processus
- ✓ Vous pouvez augmenter vos marges
- ✓ Économies réalisées sur les coûts de prestation logistique externe mais stratégie coûteuse en main d'œuvre et en équipements

Cette stratégie est utile si :

- Vous êtes une usine ou une enseigne DtoC (Direct to Customer) organisée pour prendre à votre charge l'ensemble du travail que représente la chaîne logistique
- Vous disposez de l'espace, du capital, du personnel et des connaissances requises
- Vous pouvez vous permettre d'investir dans des outils performants pour gérer la complexité des processus e-commerce

Recourir à un transporteur

En matière de sociétés de transports, le choix est vaste et peu évident. Un arbitrage doit être opéré entre :

- la rapidité des délais de livraison
- les coûts du transport
- les solutions de livraison possibles
- les secteurs couverts, nationaux ou internationaux

Il est conseillé de faire appel à plusieurs transporteurs pour éviter d'éventuels risques qui pourraient vous bloquer.

Avantages & Coûts

- ✓ Le vaste choix des transporteurs vous permet de comparer et de sélectionner le plus adapté à vos besoins
- ✓ En fonction de la taille de votre entreprise et des volumes que vous transportez, vous pouvez tenter de négocier des tarifs plus avantageux
- ✓ Les coûts peuvent être très variables, un arbitrage doit être réalisé

Cette stratégie est utile si vous vous dotez d'outils conçus pour intégrer la gestion du transport avec votre logistique : coordination avec le transporteur et optimisation de la préparation et de la gestion de vos expéditions.



Restons en contact



E-mail

contact@morphoburo.com



Téléphone

06 20 74 92 00



Ecub , incubateur de Morpho Coworking

Pôle d'activités d'Éguilles
190 rue Topaze
13510 ÉGUILLES