



Dominique Dupuis

## « 3 QUESTIONS À... » **DOMINIQUE DUPUIS,** VP RESEARCH & CONSULTING, **LE CXP**



### **Vous venez de publier la 2<sup>ème</sup> édition<sup>1</sup> du Baromètre 'Gestion des commandes et des litiges clients' dans le cadre d'activités B2B<sup>2</sup>, interentreprises. Pourquoi ce sujet ? Comment s'inscrit-il dans l'actualité ?**

**Dominique Dupuis, le CXP :** L'évolution des relations clients est un sujet central aujourd'hui dans notre vie quotidienne de consommateur avec un nombre croissant de marques qui proposent une expérience client multicanale et une relation constante avec elles.

Cette évolution concerne également les activités B2B, interentreprises. Et les entreprises ne s'y trompent pas. Elles sont en effet très nombreuses, 87%, à avoir adopté le multicanal avec au moins 3 canaux mis à disposition pour la réception des commandes. Elles s'inscrivent également dans une relation collaborative, en relation constante avec leurs clients. Elles sont ainsi plus des trois quarts à préparer la commande en interaction avec eux.

L'édition de ce baromètre a également montré que la place réservée par les entreprises à ce processus de gestion des commandes est importante voire stratégique et près des deux tiers des répondants pensent qu'il devrait être considéré comme un élément essentiel de la relation clients.

### **Est-ce que ce baromètre permet de mesurer la maturité des entreprises à ce sujet, leur capacité à répondre aux enjeux liés à la gestion des commandes ?**

**Dominique Dupuis, le CXP :** Pour répondre aux exigences de leurs clients, une grande majorité des entreprises, 93%, prennent des engagements de niveau de service (SLA) vis-à-vis de leurs clients.

C'est un élément très important parce qu'effectivement, lorsque les entreprises sont en défaut sur le processus de gestion des commandes, la sanction est immédiate et l'entreprise doit gérer un litige, éventuellement faire un avoir et peut perdre le client. Il est donc surprenant de constater dans notre

baromètre que les résultats sont en demi-teinte. En effet, pour 50% des répondants, les erreurs de saisie des commandes sont l'un des premiers motifs d'avoir et pour un tiers des hors-délais, observés par 90% des répondants, le délai de traitement administratif des commandes est identifié comme une cause majeure ou importante.

### **La dématérialisation du processus de commandes existe depuis longtemps avec l'EDI, pourquoi en est-on encore là ?**

**Dominique Dupuis, le CXP :** Parce que l'EDI, seul, ne permet pas de répondre à la problématique. Tout d'abord, l'EDI nécessite fréquemment des interventions humaines, plusieurs fois par semaine pour 68% des répondants. Il s'agit notamment de corriger des tarifs ou références produits qui ne sont pas correctement renseignés.

Par ailleurs l'idée de l'EDI comme canal unique est en contradiction avec l'évolution vers le multicanal et la place de l'EDI dans notre baromètre a diminué entre 2014 et 2016.

Enfin, l'EDI n'est pas un canal adapté à toutes les entreprises, que cela soit par leur taille ou encore par le nombre de documents échangés entre clients et fournisseurs.

L'enjeu pour les entreprises est donc de s'équiper d'outils adaptés pour optimiser ce processus de gestion des commandes afin de réduire le délai entre la réception de la commande et sa mise à disposition pour saisie. Il s'agit aussi de faciliter la priorisation des commandes à traiter (ce qui est fait par une entreprise sur deux aujourd'hui), identifier et traiter en urgence les commandes qui le nécessitent, ce que 39% des entreprises concernées n'arrivent pas à faire...

Elles doivent aussi de façon impérative se construire des tableaux de bord de performance court et long terme concernant la gestion de commandes et des litiges si elles souhaitent rester compétitives et agiles.

<sup>1</sup> Baromètre réalisé auprès de 167 décideurs des directions financières, commerciales, relations clients et système d'information d'entreprises ayant une activité B2B, produit ou service. [www.esker.fr/cxp](http://www.esker.fr/cxp)

<sup>2</sup> B2B : Business to Business ; désigne les activités commerciales entre deux entreprises