Sourcing

logitech

Accroître l’engagement et la visibilité du processus achat

marketdojo
an Esker company

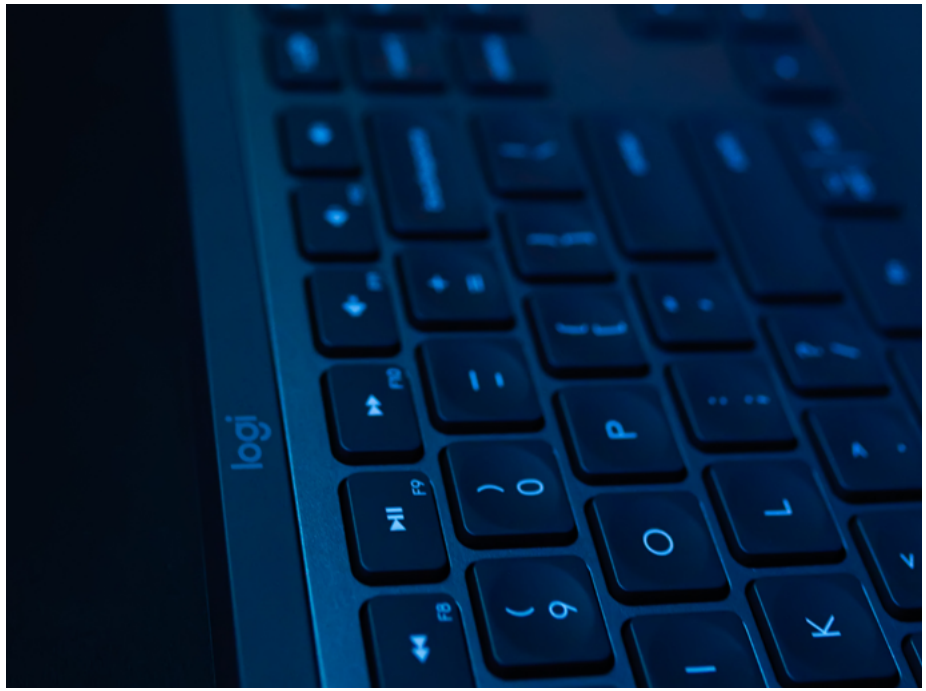
En bref

Logitech

Fabricant de périphériques informatiques et de logiciels

Chiffre d'affaires 2022 : 5,48 milliards de dollars

Siège social : Suisse et États-Unis



Défis

Dans le monde de plus en plus numérique d'aujourd'hui, le besoin d'innovation est essentiel pour Logitech. La demande d'une technologie plus performante et plus rapide que jamais leur a permis de mettre l'innovation au cœur de leurs processus.

Cependant, introduire et développer de nouvelles technologies veut aussi dire que la Supply Chain de Logitech a besoin d'être gérée plus étroitement. Après avoir externalisé son processus achat, l'entreprise a repris cette fonction en interne il y a moins de cinq ans. L'équipe constituée était petite et, sans technologie en place, elle avait du mal à gérer ses dépenses et ses données.

Elle avait clairement **besoin d'améliorer son efficacité en matière d'eSourcing et de réduire le temps associé à lancer des appels d'offres.** Pour relever ce défi, l'équipe de Logitech a identifié Market Dojo comme un fournisseur potentiel.

La possibilité de trouver une solution potentielle en urgence a été un élément déterminant pour l'équipe de Logitech. L'accès à Market Dojo à la demande a vraiment séduit David et son équipe, en leur donnant la **flexibilité d'utiliser la solution quand ils en ont besoin, sans frais d'installation ou de formation importants.**

"Nous avions besoin d'une solution facile à utiliser. Compte tenu de l'état d'avancement de notre projet, nous voulions quelque chose qui puisse vraiment révolutionner le nombre d'appels d'offres que nous pouvions faire en même temps, avec peu de difficultés initiales. Market Dojo a fonctionné pour nous à tous ces niveaux"

David Latten
Responsable des achats indirects à l'échelle mondiale | Logitech

Solution

Récemment, le service de conformité de Logitech a décidé d'utiliser Market Dojo pour mettre en place une consultation spécifique. L'équipe organisait des appels d'offres de conformité à l'échelle mondiale, s'adressant à des représentants du monde entier pour qu'ils certifient la conformité de leurs produits dans différents pays.

Auparavant l'équipe gérait ces consultations manuellement à l'aide de feuilles de calcul et d'e-mails, ce qui représentait un processus chronophage et difficile à gérer. Face à ce défi, elle avait d'abord envisagé de recourir à des outils spécialisés conçus pour gérer spécifiquement les appels d'offres dans un souci de conformité. Ces solutions spécialisées étaient cependant très onéreuses.

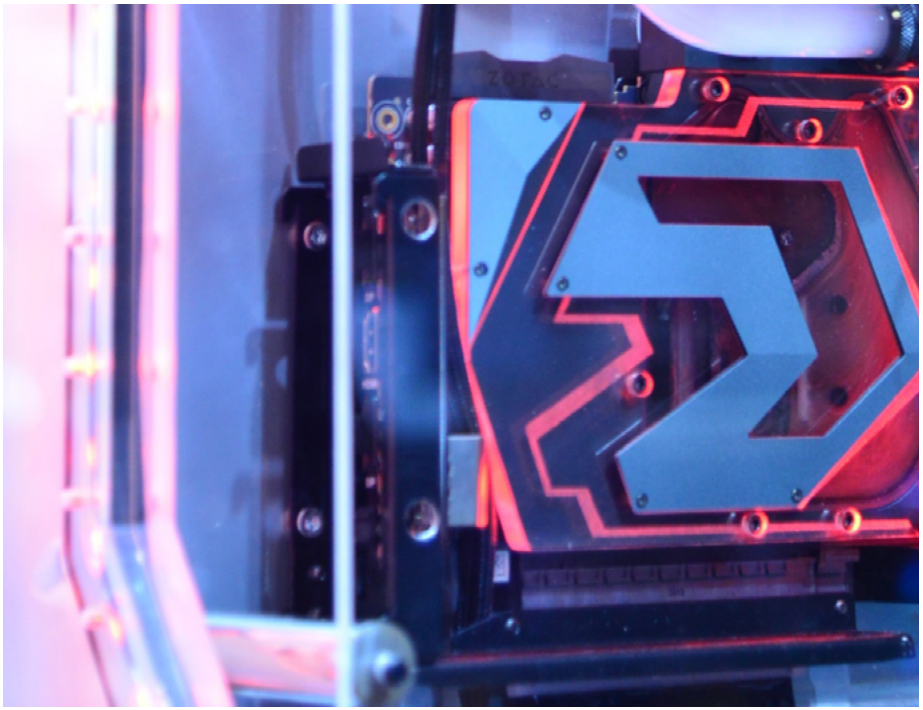
Ayant initialement voulu identifier une solution d'eSourcing pour améliorer l'efficacité de leur petite équipe, **les services Achats de Logitech ont bénéficié d'un certain nombre d'autres avantages.**

"Le succès s'est manifesté presque immédiatement. En l'espace de quelques semaines seulement ; les membres du groupe sont passés de seulement 1 ou 2 appels d'offres lancés à la fois à plusieurs gérés simultanément. Cela a vraiment permis à l'équipe d'avoir un impact sur un plus grand nombre d'activités."

David Latten
Responsable des achats indirects à l'échelle mondiale | Logitech

“Market Dojo est facile à prendre en main et à utiliser, avec des coûts initiaux faibles. Il répond parfaitement à nos besoins.”

David Latten
Responsable des achats indirects à l’échelle mondiale | Logitech



Résultats

La perception des achats a changé dans l’ensemble de l’organisation. Alors qu’auparavant, l’équipe avait du mal à lancer rapidement des appels d’offres avec un retour sur investissement suffisant, **la nouvelle méthode de travail l’a aidée à influencer davantage de domaines d’activité avec un retour sur investissement efficace.** En plus de travailler sur un plus grand nombre de consultations, les délais d’exécution plus rapides ont permis à l’équipe de modifier ses anciennes limites de dépenses.

Le faible coût d’exploitation de Market Dojo a permis à Logitech d’assurer son ROI initial dès les deux premiers projets menés. Les résultats impressionnants obtenus à ce jour peuvent être résumés par l’appel d’offres de conformité mentionné précédemment. Dans ce cadre, l’équipe a réalisé une économie de 300 000 £, réduisant d’un tiers ses dépenses totales dans cette catégorie.

Le dernier élément du succès de l’eSourcing est venu des fournisseurs de Logitech, qui peuvent désormais travailler plus efficacement avec l’entreprise grâce à la plateforme.

“Nous avons pu commencer à nous impliquer dans un large éventail de projets, ce que nous ne pouvions pas faire auparavant. Avec les enchères inversées, nous avons constaté d’excellents résultats en termes d’efficacité mais aussi de prix, ce que nous n’aurions jamais pu espérer avec la méthode traditionnelle des appels d’offres.”

David Latten
Responsable des achats indirects à l’échelle mondiale | Logitech

Vous souhaitez automatiser votre processus achat comme Logitech ?

Prenez contact avec Market Dojo

À propos de Market Dojo

Le logiciel de Sourcing stratégique à la demande et autonome de Market Dojo ainsi que son support client exemplaire font rapidement évoluer les Achats d'une fonction réactive de back-office à une ressource stratégique proactive. Conçues par des experts du secteur, nos solutions agiles - les meilleures de leur catégorie - sont faciles à mettre en œuvre, intuitives, apportent une valeur immédiate et sont accessibles en termes de prix.

Les plus grandes marques mondiales nous font confiance. Nous aidons les équipes chargées des achats et des finances de toute taille, à se concentrer sur la création de valeur, les relations interpersonnelles et l'influence stratégique plutôt que sur les processus traditionnels inefficaces de Sourcing, de gestion des fournisseurs et de gestion des finances du passé.

Nous rationnalisons, numérisons et automatisons pour fournir des données centralisées et des informations pertinentes afin d'atténuer les risques, de contrôler les coûts et de prendre des décisions financières judicieuses et plus rapides.

Le Sourcing n'est qu'une partie du processus Source-to-Pay. La suite Esker Source-to-Pay permet aux responsables achats et financiers de rationaliser les processus achat, d'assurer la conformité et d'améliorer les relations avec les fournisseurs grâce à une visibilité accrue sur l'ensemble du processus achat.

marketdojo.com • info@marketdojo.com

marketdojo
an Esker company

©2024 Esker S.A. All rights reserved. Esker and the Esker logo are trademarks or registered trademarks of Esker S.A. in the U.S. and other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.

CS-MD-FR-002-A