

Places de marchés : le tremplin des acheteurs professionnels

Le paysage des plateformes de sourcing se diversifie, s'enrichit, transformant ces intermédiaires innovants en véritable accompagnateur de choix visant à optimiser les achats et leur gestion.

Une économie de temps passé à l'identification de prestataires allant jusqu'à 90 % ! C'est ce que promet la jeune entreprise française Silex avec sa plateforme de sourcing d'un nouveau genre. À en croire le nouvel acteur, les outils déployés actuellement font figure de révolution dont les premiers bénéficiaires sont les acheteurs en entreprise. L'une des grandes particularités de Silex est d'aider les grands groupes à sélectionner les sous-traitants les mieux adaptés en intégrant l'intelligence artificielle à sa méthode. Grâce à un traitement automatique du langage, l'agrégation de mots-clés et la contextualisation des requêtes, la recherche du bon partenaire se fait ainsi en un clin d'œil, contre plusieurs jours en recourant à des démarches classiques.

À l'image de cette structure prometteuse, les places de marché du genre rivalisent d'imagination et d'innovation depuis quelques années pour répondre aux attentes des acheteurs en entreprise. À l'origine, elles ont vocation à mettre en relation des clients et fournisseurs. Il s'agissait au début d'un rôle de connexion, de simples interfaces techniques. Aujourd'hui, ces acteurs sont de plus en plus pertinents sur la détection de fournisseurs, la dématérialisation de la commande et l'offre de facturation. « Leurs missions connaissent une évolution très rapide. Le temps que le client met à trouver le bon produit, le temps pour gérer sa commande avec les

étapes d'envoi de la demande, de validation, l'envoi des produits, l'émission de la facture sont autant de points différents qui représentent des postes de coûts. Les places de marché, en prenant à leur compte de multiples tâches de ce type, se sont mises à participer directement à la réduction des coûts », constate Xavier Laurent, directeur du service à valeur ajoutée au sein de la plateforme Manutan.

Des prérogatives élargies

Si l'innovation bat son plein chez ces intermédiaires qui occupent une place toujours plus grande, c'est que les enjeux en termes de gains de temps et d'argent peuvent être substantiels. « La très grande majorité des sociétés clientes n'utilisent pas la même solution pour la partie recherche de produits et commande d'une part, et la partie digitalisation de la facture d'autre part. Par ailleurs, en interne, la personne qui prend en charge la commande n'est souvent pas la même que celle qui traite la facture. En conséquence, les échanges sont accrus, les tâches complexifiées. Au-delà de leur statut d'intermédiaire entre des acteurs ayant des intérêts communs, les places de marché forment aujourd'hui des leviers permettant de gagner en agilité et simplicité », détaille Xavier Laurent.

Lire l'article complet sur
Décisions Achats n°201...



« Les places de marché forment des leviers permettant de gagner en agilité et simplicité. »

Xavier Laurent, directeur du service à valeur ajoutée au sein de la plateforme Manutan