



All you need. **With love.**

La digitalisation au service de l'homme : l'acheteur du futur sera-t-il un robot ?

Gonessse, le 28 mars 2019 - Au cours des dernières années, les nouvelles technologies se sont développées de façon spectaculaire au point de faire désormais partie intégrante de notre quotidien. Dans le milieu professionnel, le changement est radical. Qu'elle soit motivée par l'essor des nouvelles technologies, par le besoin d'innover face à la concurrence ou par l'arrivée d'une nouvelle génération de collaborateurs issus de la génération Y, la transformation digitale représente un enjeu primordial du développement des entreprises et impacte directement chacune de leurs fonctions clés. Mais comment les nouvelles technologies ont-elles pu, en moins d'un siècle, révolutionner les modes de gestion de l'entreprise et quelles sont les conséquences sur la qualité des services fournis aux acheteurs ?

Xavier Laurent, directeur des services à valeur ajoutée chez Manutan, analyse.

Comment la technologie s'est-elle immiscée au cœur des entreprises ?

Avant l'avènement des nouvelles technologies, les TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) ont été les premières à intégrer les entreprises. Dès le début des années 50, l'emploi de téléphones, de machines à écrire ou à calculer devient monnaie courante dans le monde du travail. À partir de 1970, l'arrivée du micro-ordinateur va modifier non seulement les modes d'organisation mais également l'agencement des espaces de travail. Pourtant, c'est seulement dans les années 90 que s'opère un réel bouleversement technologique avec l'apparition d'Internet qui permettra aux salariés de communiquer de façon plus optimale, notamment grâce aux e-mails. Ainsi, les entreprises réaliseront des économies considérables sur les frais de communication.

Si elles étaient considérées comme particulièrement innovantes lors de leur apparition, aujourd'hui les TIC ne représentent plus que des outils de première nécessité mis au service des salariés. La tendance est à l'Intelligence Artificielle (IA), cette nouvelle forme de technologie qui rend possible l'automatisation de certaines tâches jusque-là menées par des êtres humains. On observe son déploiement au niveau de la gestion de documents qui se dématérialise, le recours fréquent aux assistants virtuels dans la réalisation de micro-tâches ou la mise en place de « chatbots » plutôt que de conseillers clients. Ce ne sont là que quelques-unes des utilisations possibles de l'IA dont l'appropriation constitue désormais un enjeu clé du développement des entreprises traditionnelles, de plus en plus confrontées à des concurrents dits "digital natives".

Dans cette course à la digitalisation, le Big Data représente également un merveilleux potentiel. Cependant, peu d'entreprises possèdent à ce jour les compétences nécessaires au traitement et à l'exploitation de ces gigantesques flux de données, notamment en termes de cybersécurité. Avec ces nouveaux outils technologiques, les modes d'organisation en entreprise sont complètement transformés et les performances souvent améliorées.

Quels changements concrets pour le milieu professionnel ?

Dès l'apparition des nouvelles technologies, les mutations subies au cœur même des espaces de travail ont montré leurs effets positifs, notamment en termes de gain de temps, de rentabilité pour les entreprises et de fluidité des échanges. Ces outils, conçus pour améliorer les conditions de travail des salariés, s'avèrent aujourd'hui indispensables à la réalisation de différentes tâches.

En effet, les fonctions commerciales, ressources humaines, marketing et même la communication sont pensées dans une optique digitale. Concernant la communication interne, l'usage du papier est

considérablement réduit pour être remplacé par les e-mails, les messageries instantanées et les réseaux sociaux d'entreprise qui favorisent une meilleure coordination des équipes en temps réel. Au niveau des ressources humaines, les nouvelles technologies sont à l'origine de concepts inédits tels que le télétravail, les open spaces ou les nouveaux modes de management dits "2.0"

Néanmoins, l'usage de ces nouvelles technologies s'accompagne de nouvelles menaces. Pour les salariés, la limite entre vie professionnelle et vie privée s'amenuise considérablement du fait de l'hyper-connectivité que leur imposent les nouvelles méthodes de travail. C'est d'ailleurs dans ce cadre que s'inscrit le "droit à la déconnexion", prévu par la Loi Travail. Par ailleurs, l'activité de l'entreprise elle-même peut être ralentie en cas de problèmes techniques du fait de sa dépendance aux différents outils digitaux.

La digitalisation de la fonction Achats, elle, se veut beaucoup plus mitigée. En effet, seulement 55 % des entreprises se disent prêtes à investir dans l'IA pour booster les achats¹. Et pourtant son adoption complète permet, entre autres, l'automatisation des transactions et la facilitation des échanges clients, mais également la réalisation d'analyses prédictives favorisant l'émergence de solutions d'e-sourcing. Par exemple en identifiant et qualifiant les nouveaux prospects fournisseurs, en pilotant les consultations ou en mettant en place des enchères afin de tenir compte des contraintes et des opportunités du marché. Ces actions facilitent grandement le travail de l'acheteur qui peut mettre à profit le temps gagné pour participer plus activement à la stratégie de l'entreprise en s'enrichissant des innovations du marché et renforcer les relations avec les parties prenantes internes. Cependant, les grands acteurs du e-commerce restent encore sceptiques face à l'efficacité d'une fonction Achats entièrement digitalisée.

Comment se positionne Manutan par rapport à la digitalisation du processus d'achat ?

Chez Manutan, l'acte d'achat représente bien plus que l'obtention d'un produit au meilleur prix, il s'agit d'un mécanisme structuré, proposant des partenaires rigoureusement sélectionnés, pouvant fournir les produits de la meilleure qualité. L'objectif est ainsi d'aller au contact des fournisseurs afin de discuter des meilleurs moyens d'optimiser l'ensemble du processus d'achat, des différents coûts et imaginer des solutions simplifiant au maximum l'expérience des utilisateurs. A ce titre, il est indispensable de conserver la place de l'humain au cœur de la démarche tout en s'aidant des outils digitaux, pour ainsi économiser du temps sur les tâches basiques telles que la gestion de contrats ou encore la facturation.

Aussi, Manutan se fait une priorité de travailler avec des acteurs de l'IA pour mettre en place des processus d'achat facilités, notamment sur son site de e-commerce, utilisant les dernières avancées et tendances technologiques. En effet, grâce à des algorithmes prédéfinis et automatisés, Manutan offre à ses clients et prospects une expérience d'achat toujours plus fluide au travers par exemple de la recommandation personnalisée de produits ou de « chatbot » pour la gestion du service après-vente.

En 2019, il serait rassurant de voir les entreprises mener une transformation digitale centrée sur l'humain comme valeur inhérente à la réussite du processus, au même titre que l'usage des nouvelles technologies. Dans un second temps, la DATA et le BIG DATA devraient se positionner au cœur des enjeux, tout autant que les moyens à déployer pour pouvoir les valoriser au bénéfice des clients et de l'entreprise. Ces deux conditions réunies feront sans aucun doute la différence entre les entreprises qui réussiront leur digitalisation et celles qui ne pourront pas franchir le pas.

¹ Selon une étude menée par Forrester Consulting – 2018

A propos de Manutan :

Groupe familial créé en 1966, Manutan est le leader européen du e-commerce BtoB, spécialisé dans la distribution multicanale d'équipements pour les entreprises et les collectivités.

Son offre de produits et de services de qualité est l'une des plus larges d'Europe, et lui permet de couvrir l'ensemble des besoins de ses clients et de les accompagner dans l'optimisation de leurs achats indirects.

Avec 25 filiales implantées dans 17 pays d'Europe, le Groupe compte plus de 2 200 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 741 millions d'euros en 2017/18. Manutan France et Belgique ont été labellisées Best Workplaces 2018.

Contacts presse

OXYGEN

Audrey Pizard – Pierrick Pichot

audrey.p@oxygen-rp.com / 06 35 54 45 96

pierrick@oxygen-rp.com / 06 86 68 88 81