

Outsourcing

## Crosslog : mutualiser pour réduire les coûts logistiques

Accompagner et gérer la logistique des sites marchands, c'est le créneau qu'a choisi Crosslog. Le moyen, pour ses clients, d'élargir leur offre de services par la personnalisation de la fonction logistique en fonction des consommateurs et des produits.

Société de conseil en e-logistique et prestataire en pilotage de l'activité logistique, Crosslog, créée en juin 2000 par Luc de Murard et Frank Bornet, propose une panoplie de services pour tous les web marchands qui souhaitent se soulager du poids de la logistique dans leur activité. « C'est lors de nos premières missions de conseil auprès des web marchands que nous sommes arrivés à la conclusion que le marché, en matière de prestation logistique, n'était pas mature. Les offres évoluent en permanence. Il faut, à la limite, se poser la question de l'organisation logistique tous les six mois. » Pour Luc de Murard, la solu-

tion passe par un outsourcing de la logistique et par la mutualisation de ses coûts.

### VENDRE, ACHETER ET LIVRER

Aujourd'hui, la logistique du e-commerce est plus complexe que celle de la VPC. La plupart des marchands travaillent sans stock et au schéma classique de la VPC - j'achète la marchandise, je la stocke et je la vends -, le e-commerce vend la marchandise en premier, l'achète, et enfin la livre. Les délais d'approvisionnement sont beaucoup plus difficiles à gérer. « Pour bien piloter cette logistique, il faut un expert en approvisionnement, un expert en préparation de commandes, un expert en informatique de logistique et un expert en transport. Il est aberrant pour un web marchand de développer cette activité. » Luc de Murard propose donc d'accompagner et de gérer la logistique de ces sites. Les avantages ? Au moins trois. Les coûts d'expertise sont mutualisés. On observe des gains sur les coûts informatiques. Et enfin, on parvient à obtenir de meilleurs tarifs et un meilleur mode



Luc de Murard (Crosslog) :

« Il faut, à la limite, se poser la question de l'organisation logistique tous les six mois. »

de fonctionnement de la part des prestataires de services. Cependant, Crosslog ne veut pas développer de partenariats avec les prestataires. « Aucun prestataire ne sait à ce jour assurer seul toutes les prestations demandées par nos clients. Certains

sont axés sur la rapidité, d'autres sur le volume. Il faut profiter de ce choix », précise Luc de Murard. De fait, pour MisterGooddeal.com, un des clients de Crosslog, le prestataire logistique, ce sont les transports Dubois, car ils ont développé une véritable expertise en matière de transport et de livraison d'électroménager. Mais un autre site marchand aura des besoins différents. Pour Crosslog, le succès d'un web marchand se fera par la différenciation. Et la logistique peut en faire partie. « Les internautes veulent plus de service. Ils veulent choisir certains types de prestation », ajoute Luc de Murard. Cette offre différenciée permet aussi de faire comprendre au client les coûts de livraison. Pour certains, on pourra livrer au bas de chez eux, pour d'autres, la livraison se fera à leur étage, et enfin, la livraison peut ne pas être associée à une installation du matériel. Le principe, c'est de donner le choix au client. Une formule qui semble rencontrer le succès : six clients ont déjà fait appel aux services de Crosslog aujourd'hui, cinquante sont prévus pour la fin 2001.

OLIVIER BRUSSET