

CrossLog veut devenir le directeur logistique des webmarchands

Définir sa stratégie logistique, piloter l'approvisionnement des marchandises, planifier l'activité des prestataires, suivre les coûts associés : autant de missions qui peuvent s'avérer très contraignantes pour un marchand en ligne.

La start-up CrossLog a donc décidé d'investir le créneau et propose ses services aussi bien en terme de conseil que de prise en charge du traitement des commandes. La société n'est liée à aucun partenaire en particulier et recourt à des méthodes de sélection classiques (appels d'offres) pour choisir le ou les prestataire(s) adéquat(s) à l'activité des clients.

Ainsi, pour l'un de ses premiers clients, le site de puériculture Wakama, la société a défini les modalités de la livraison (48h sur toute la France) et l'organisation des prestataires. C'est la filiale d'Havas services, Livredis, qui a été choisie. On remarque que le fondateur de la société, Luc de Murard, est lui-même un ancien de cette société... A côté de cette partie conseil, la société souhaite assurer la gestion des transporteurs, logisticiens et autres intermédiaires sélectionnés.

«Nous mettons à disposition de nos clients une équipe mutualisée qui pourra tendre vers l'administration complète de la boutique.» La société dispose d'une solution logicielle développée sur mesure pour gérer l'ensemble des flux des commandes (capable de gérer plus de 2000 commandes par jour, selon la société). Celle-ci est reliée à l'ensemble des systèmes d'information de tous les acteurs de la chaîne et se met à jour automatiquement.

L'externalisation de sa fonction logistique auprès de la société correspond à un forfait mensuel de l'ordre de 20 à 30.000F auquel il faut ajouter une commission entre 5 et 10F par commande.

La société compte à l'heure actuelle 3 clients (dont un qui a seulement bénéficié de la mission de conseil). Elle table sur une dizaine de clients en pilote d'ici la fin de l'année et un CA de l'ordre de 2 MF. Cross Log n'exclut pas l'international de son champ d'action et pourrait accompagner les marchands qui exportent à l'étranger.

[Alexandra Bissé, JD Net]

JDNET Solutions

Toutes les technologies de l'e-business

Dossier e-logistique



La logistique d'un marchand en ligne est une problématique complexe : soucis de rapidité, externalisation, multiples prestataires et pilotage de toute la chaîne. Plates-formes, transporteurs et logisticiens fourbissent leurs offres....

*Dossier réalisé le 18 août 2000 par
Alexandra Bissé*

Synthèse e-logistique : qui va gagner ?

6 solutions à la loupe

UPS se distingue par sa palette d'outils e-logistique

DHL convoite les market-places et peine sur le BtoC

e-liko, la start-up spécialisée sur le créneau de l'internet marchand

Télémarket commercialisera son savoir-faire logistique

Equod : une plate-forme logistique qui gère les frais de port dynamiquement

Shipvision : l'infomédiaire spécialisé dans l'aide à l'expédition et la livraison de colis

CrossLog veut devenir le directeur logistique des webmarchands

Interview

Pierre Malingrey, responsable du pôle e-logistique de la web-agency Himalaya.