

Guide stratégique des meilleures pratiques pour les **intégrations dans le commerce en ligne**

eBook

Table des matières

1. Synthèse	3
2. La vente en ligne et le rôle de l'intégration	4
3. Les meilleures pratiques pour les intégrations dans le commerce en ligne	6
3.1 Pour démarrer	6
3.2 Automatisation de processus clés	10
3.2.1 Gestion des commandes	10
3.2.2 Gestion des stocks et exécution	16
3.2.3 Gestion des articles	21
3.2.4 Gestion des retours	26
4. Comment choisir une méthode d'intégration	29
5. Étapes suivantes	34



Synthèse

Dans ce guide, nous aborderons la manière dont l'automatisation peut aider les entreprises à rationaliser leurs processus métiers clés pour plus d'efficacité opérationnelle et plus d'économies. Nous évoquerons également les meilleures pratiques permettant de choisir une solution d'intégration qui vous correspond parfaitement. Enfin, nous discuterons des indications sur les différents scénarios d'intégration courants.

Comme pré requis, nous recommandons l'utilisation par votre entreprise de commerce en ligne d'un progiciel de gestion intégré (ERP) en tant que hub central destiné à gérer vos opérations avec vos boutiques, vos plateformes en ligne, vos points de vente, vos prestataires logistiques tiers (3PL), vos entrepôts, etc. L'intégration de l'ensemble de ces systèmes à l'aide d'une plateforme **iPaaS** (plateforme d'intégration en tant que service) vous permettra de bénéficier d'une synchronisation parfaite.

L'utilisation d'une plateforme iPaaS vous permet d'automatiser la gestion des commandes, leurs exécutions, la gestion des stocks, les articles et les retours. Nous partagerons dans ce guide les bonnes pratiques relatives à l'implémentation de l'automatisation de ces processus métiers. Vous trouverez également des exemples, des études de cas et des retours sur investissement (ROI) possibles.



La vente en ligne et le rôle de l'intégration

Dans le paysage actuel de la vente en ligne, les entreprises s'appuient sur de nombreuses applications et sources de données isolées afin de présenter leurs produits à leurs clients et fournir une expérience d'achat fluide. Il s'agit, par exemple, de boutiques et de plateformes en ligne, de systèmes de point de vente, de passerelles de paiement, de gestion. Chacun de ces outils individuels répond efficacement à un besoin bien spécifique de votre entreprise cependant, lorsqu'ils sont déconnectés les uns des autres, ils ne sont pas en mesure de vous garantir une disponibilité des produits, une expédition rapide, un accès en temps réel aux données des commandes, des avis client positifs ou une visibilité financière.

Afin de rationaliser les processus, les données doivent pouvoir être transférées d'une application à l'autre, et ce, de manière fluide. Par exemple, pour l'exécution des commandes, vous devez saisir les données relatives aux commandes clients depuis vos plateformes de commerce en ligne vers un progiciel de gestion d'entrepôt (WMS). Sans automatisation, les transferts de données prennent du temps, demandent beaucoup de ressources et constituent une source d'erreurs. Ces insuffisances peuvent se transformer en une insatisfaction client ainsi qu'en une hausse des coûts d'exploitation.

L'intégration des applications et des sources de données isolées permet d'automatiser des processus métiers. Il en résulte une diminution des charges indirectes, une amélioration des taux de conversion, une accélération des temps de traitement des commandes et des expéditions, ainsi qu'une visibilité en temps réel sur vos données financières et vos données de commandes. Ce dernier point aide à analyser les performances des produits et des différents canaux de vente, à enregistrer les revenus plus rapidement et à améliorer la visibilité sur la trésorerie. Ces analyses se traduisent par une prévision plus fiable ainsi que par une planification stratégique et une prise de décision éclairée.

Aux États-Unis, les ventes du commerce en ligne ont atteint un montant de 870 milliards de dollars en 2021, soit une augmentation de 14,2 % par rapport à 2020 et de 50,5 % par rapport à 2019. Avec la hausse soudaine de la demande, qui continue de croître, de nombreuses entreprises ont pris conscience que l'infrastructure en place pourrait ne pas être suffisante pour gérer le volume croissant des commandes, et la nécessité d'une mise à l'échelle efficace s'est fait ressentir. Cela renforce l'importance de rationalisation des processus métiers du commerce en ligne grâce à l'intégration.

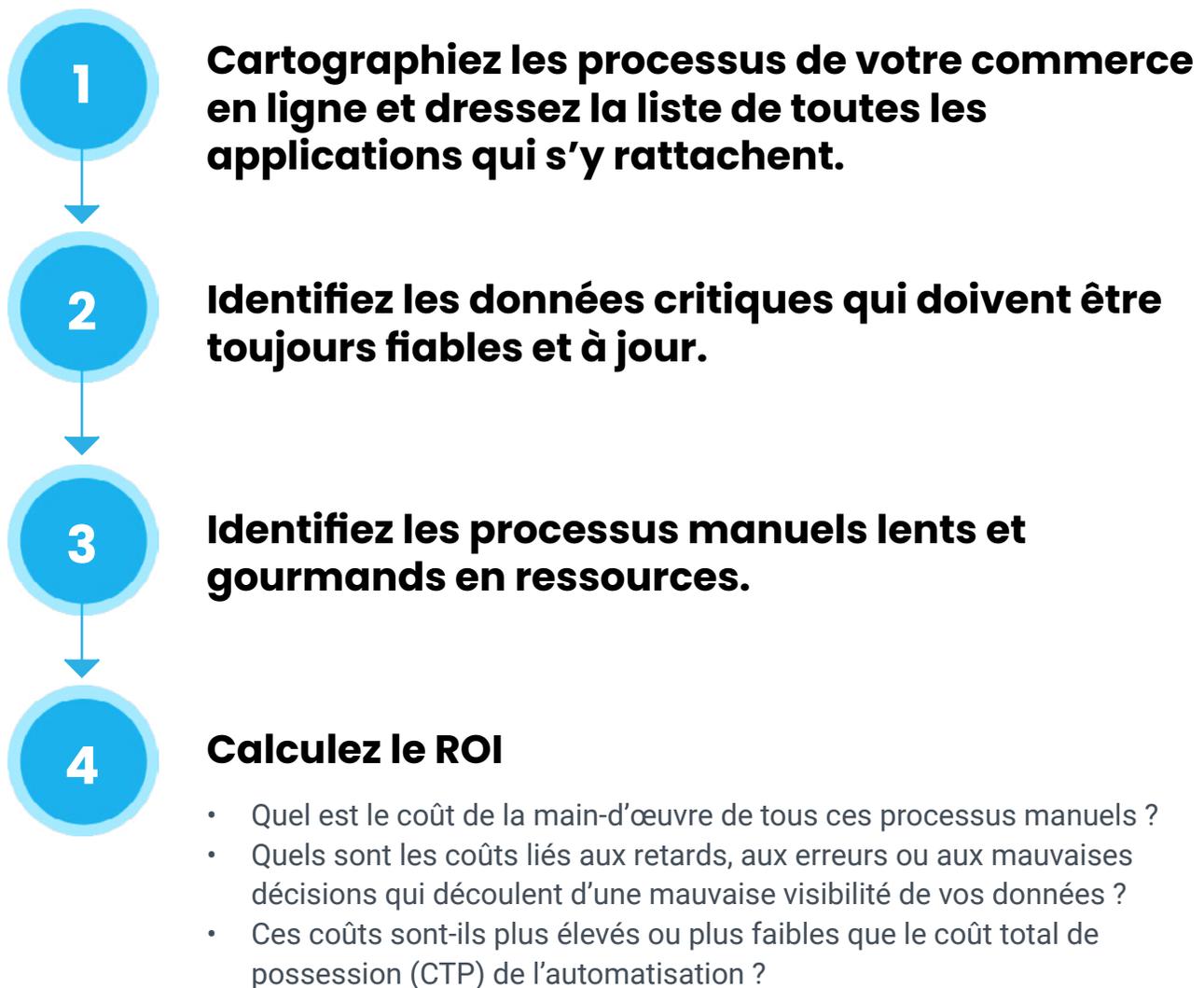
Si votre entreprise a pris conscience de la nécessité d'automatiser ses processus, ce guide vous fournira un aperçu des étapes à suivre pour bien débuter avec l'intégration. Vous trouverez également des exemples de processus métiers clés du commerce en ligne à automatiser ainsi que des conseils pour choisir la méthode d'intégration adaptée à vos besoins.

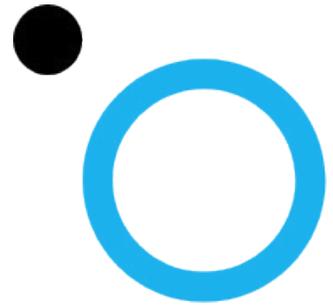


Les meilleures pratiques pour les intégrations dans le commerce en ligne

Pour démarrer

Maintenant que vous avez décidé de recourir à l'intégration pour automatiser les processus métiers clés de votre commerce en ligne, la prochaine étape consiste à planifier et à identifier les processus qui doivent être automatisés. Utilisez une mesure ROI pour décider de ce qui doit être automatisé.





Choisissez un **hub central pour vos données**

Grâce à l'intégration, un hub central pour vos données vous permettra de gérer et de regrouper les données provenant de différentes applications dans un seul système. Il peut s'agir, par exemple, d'un ERP (progiciel de gestion intégré), d'un OMS (système de gestion des commandes) ou d'une plateforme de commerce en ligne.

Chez Celigo, nous avons constaté que la plupart de nos clients décident d'adopter une approche d'intégration organisée autour d'un ERP.

Lorsque les entreprises de commerce en ligne se développent, leurs processus administratifs gagnent en complexité. La migration depuis un système de comptabilité de base vers un ERP tel que NetSuite, Acumatica ou Microsoft Dynamics est alors inéluctable. Tous les aspects de l'entreprise y compris la comptabilité, la gestion des commandes, la gestion des stocks, l'approvisionnement, l'exécution des commandes et le stockage peuvent être gérés depuis un ERP.

Grâce à l'intégration, vous avez la possibilité de centraliser les données provenant de différentes applications dans l'ERP, puis de les synchroniser avec les systèmes appropriés. Cela facilite également la gestion d'un modèle de commerce en ligne multicanal en gérant de manière centralisée l'ensemble des canaux de vente en ligne depuis une seule application.

Si vous avez déjà une intégration fiable entre deux systèmes en place, nous vous recommandons de conserver cette intégration existante et de créer une nouvelle intégration uniquement pour la mise à jour des enregistrements dans l'ERP. Par exemple, il est possible que vous utilisiez déjà une intégration directe entre votre boutique en ligne et vos 3PL pour automatiser l'exécution des commandes. Des exemples supplémentaires seront présentés ultérieurement dans ce guide.

Choisissez la direction du flux et la fréquence d'exécution

Après avoir décidé des données essentielles à synchroniser entre les systèmes, la prochaine étape consiste à déterminer la direction du flux et la fréquence d'exécution. Cela dépend vraiment du processus métier à automatiser et de vos flux de travail actuels. En règle générale, les données circuleront de l'origine, mais il peut parfois être nécessaire de mettre à jour les attributs des données dans les deux sens. Prenons l'exemple d'une plateforme de commerce en ligne qui peut être le système de référence pour l'initiation des commandes. La synchronisation des données de commande peut déjà s'effectuer de la plateforme de commerce en ligne vers le système ERP, mais il peut être nécessaire d'avoir un flux bidirectionnel à partir du système ERP pour mettre à jour l'attribut d'annulation de commande si le stock n'est pas disponible.

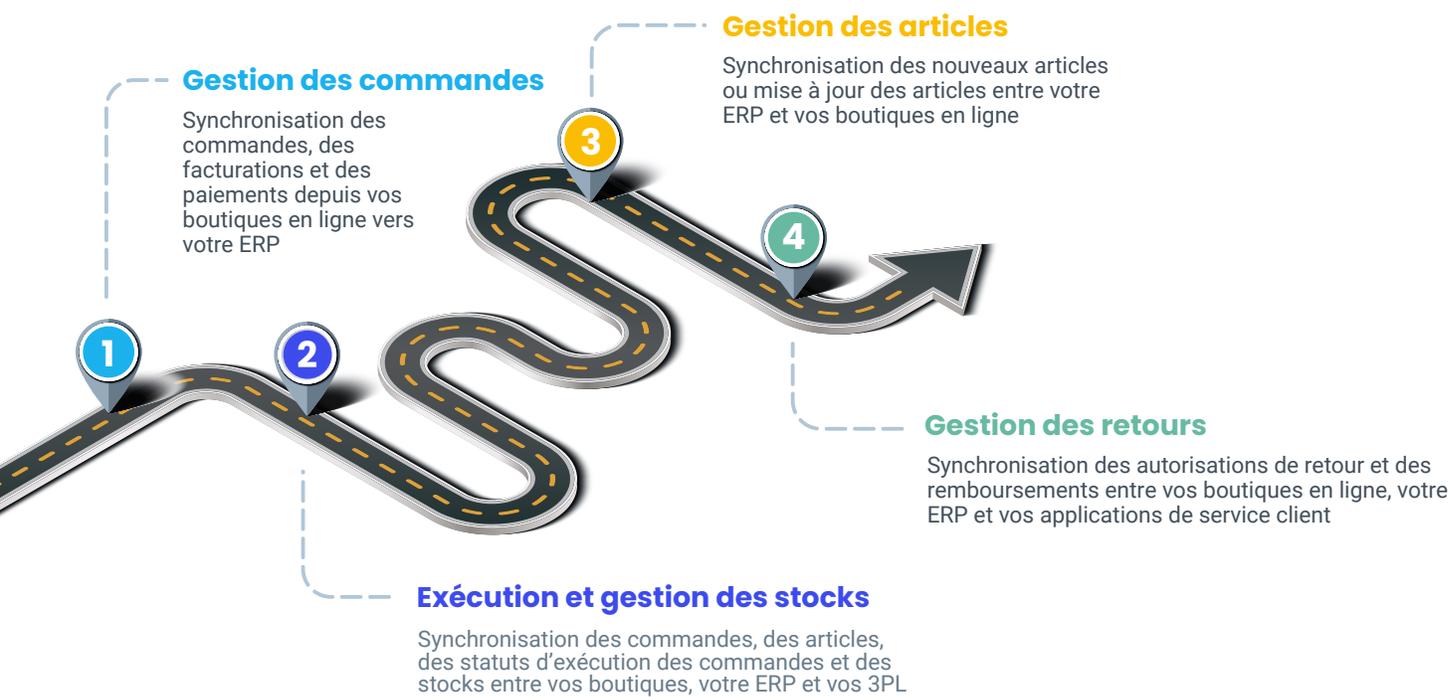
La prochaine étape consiste à déterminer si vous avez besoin de mises à jour en temps réel ou si des mises à jour planifiées à des intervalles spécifiques sont suffisantes. Les intégrations en temps réel sont très utiles pour les processus tels que l'exécution des commandes, car elles permettent à vos équipes d'agir rapidement. Cependant, vous devrez également déterminer si les systèmes que vous connectez peuvent techniquement prendre en charge les mises à jour en temps réel. Si cela n'est pas techniquement réalisable, vous devrez envisager des flux par lots pour planifier les mises à jour à des intervalles spécifiques.



Feuille de route recommandée pour l'automatisation de votre commerce en ligne

Au fil des années, Celigo a collaboré avec des milliers de clients dans le secteur du commerce en ligne pour automatiser leurs processus métiers, ce qui leur a permis de faire évoluer leurs opérations à mesure que leur entreprise évoluait.

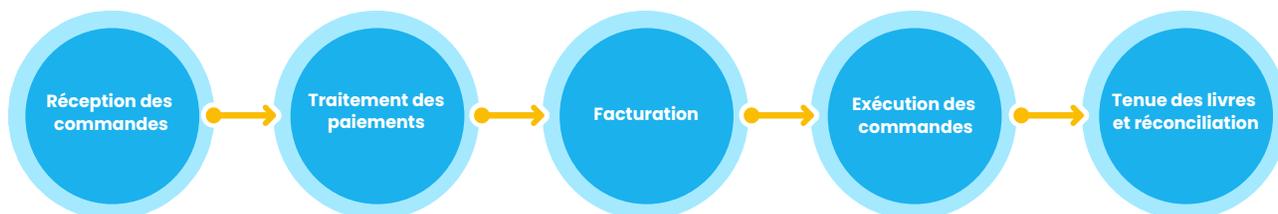
En nous basant sur notre expérience d'accompagnement de nos clients dans l'automatisation de leurs processus, voici le plan d'action que nous recommandons pour vos intégrations.



Dans la partie qui suit, nous vous expliquons les meilleures pratiques permettant d'automatiser les processus métiers figurant sur le schéma ci-dessus.

Automatisation de processus clés

Gestion des commandes

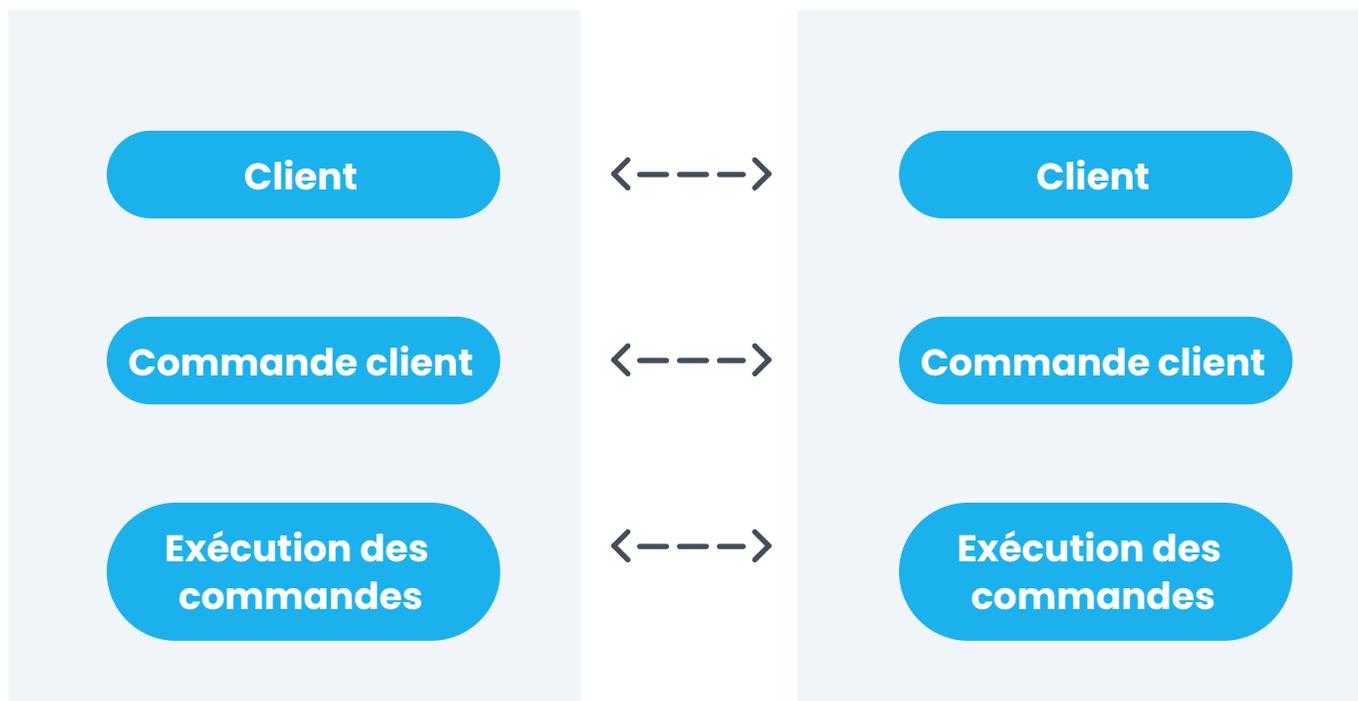


Ce processus métier démarre avec la réception d'une commande émanant d'un client sur une plateforme de commerce en ligne, puis s'étend jusqu'à l'étape du paiement, de la facturation et de l'exécution de la commande.

Le processus de gestion des commandes étant au cœur de toute activité de commerce en ligne, il est souvent le premier processus que les entreprises envisagent d'automatiser. Voici pourquoi c'est essentiel :

- Dans de nombreuses entreprises, une commande ne sera pas comptabilisée financièrement tant qu'elle n'aura pas été exécutée.
- Outre la quantité d'articles expédiés ou les stocks globaux, les adresses de facturation, les taxes et les remises jouent également un rôle essentiel dans le calcul précis du COGS (Coût des marchandises vendues) et dans la comptabilité.
- Les processus de commande lents et sujets à des erreurs entraînent l'insatisfaction des clients.
- Cela se traduit non seulement par des retours et des remboursements, mais également par des avis négatifs des clients et la perte de ventes récurrentes.
- Le manque de visibilité sur les ventes et l'état des stocks entraînent des décisions commerciales et une planification défectueuses : un approvisionnement retardé et une allocation inefficace des ressources.

Meilleures pratiques pour l'intégration



Boutique ou plateforme en ligne

ERP

Les processus d'intégration les plus répandus entre une boutique en ligne et un système de gestion des commandes (dans le cas présent, un ERP) portent sur les clients, les commandes client et l'exécution des commandes.

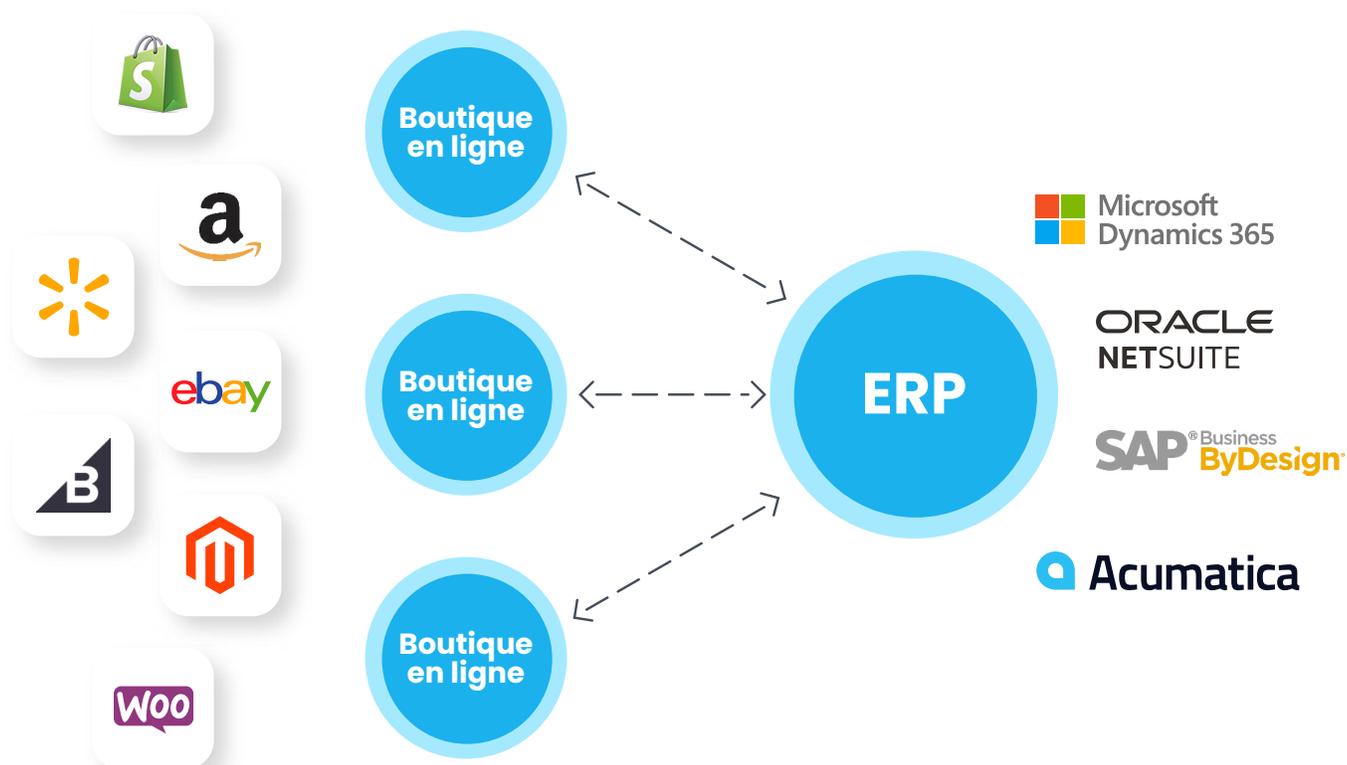
Les données client incluent le nom, l'adresse de facturation et l'adresse d'expédition. La première étape pour les ventes B2C est d'assurer la synchronisation des commandes depuis le système de réception vers l'ERP. Dans le cas des commandes B2B récurrentes, il peut être nécessaire de mettre en place un flux inverse pour assurer une intégration complète.

Les commandes payées ou autorisées peuvent être importées en tant que commandes clients dans l'ERP, puis mises à jour de manière intermittente selon les besoins. Les taxes, les remises, les coûts de livraison et les totaux de la commande sont inclus dans les données de commande.

Après l'exécution de la commande, vous pouvez extraire les informations de l'exécution de la commande de l'ERP, comme le mode de livraison, l'email de confirmation, la quantité et les numéros de suivi des colis.

L'intégration pour les commerces en ligne multicanaux

Les entreprises en croissance et celles déjà établies ont généralement plus d'un canal de vente en ligne. Il est fréquent de commencer par une seule boutique en ligne, puis de se développer sur plusieurs plateformes pour générer des sources de revenus supplémentaires. Il est possible que vous deviez également ajouter de nouveaux points de vente en ligne pour des raisons de prise en charge de langues, de devises et d'exigences fiscales pour pouvoir vendre dans divers pays. Il est courant que, lorsque des produits sont vendus sous plusieurs marques, chaque marque soit proposée sur sa propre boutique en ligne.



Un scénario d'intégration possible pour la gestion des commandes

En intégrant toutes les boutiques et les plateformes en ligne à un ERP, les entreprises pourront aisément développer leur activité avec un nombre croissant de commandes provenant de sources multiples, sans avoir à ajouter des ressources supplémentaires pour les traiter.

L'intégration pour les commerces en ligne omnicanaux

De nos jours, les entreprises qui adoptent une approche omnicanale gagnent en visibilité. En effet, les clients réclament de plus en plus des expériences sans interruption entre les achats en ligne et en magasin, et le modèle commercial omnicanal répond à cette demande.

En raison des derniers changements constatés dans les habitudes des consommateurs, notamment leur souci de passer moins de temps dans les points de vente physiques ou d'obtenir des produits disponibles en quantité limitée dans ces points de vente, la prise en charge du commerce omnicanal devient un avantage concurrentiel et aide à stimuler les ventes. Du point de vue de la gestion des commandes, il est courant de connecter un système de point de vente (POS) à l'ERP pour permettre les achats en magasin avec livraison aux clients, ou les achats en ligne avec retrait en magasin.



Un scénario d'intégration possible pour la gestion des commandes

Grâce à l'intégration, il est possible de faciliter l'exécution des commandes à l'emplacement souhaité, tout en simplifiant les processus comptables et en assurant ainsi un suivi précis des stocks dans différents entrepôts et points de vente.

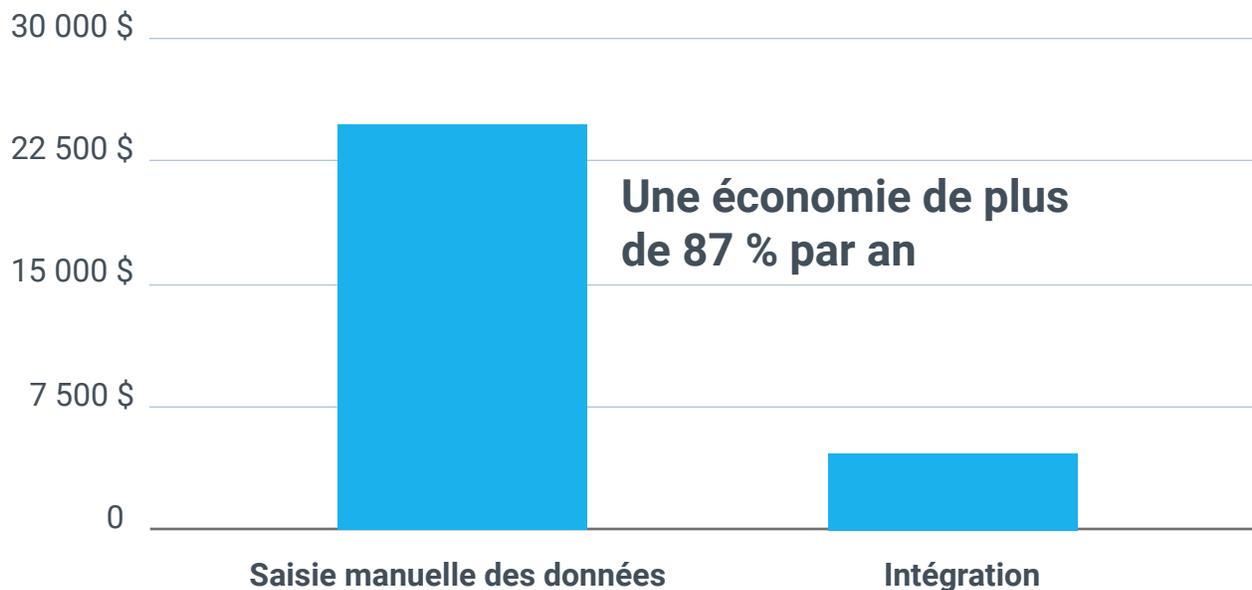
Réduction de coûts grâce à l'automatisation par rapport aux processus manuels

En abordant l'automatisation du point de vue des coûts d'exploitation, il est facile d'évaluer le retour sur investissement (ROI).

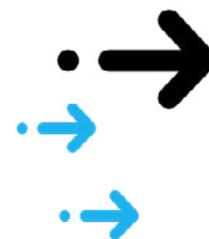
Faisons l'hypothèse qu'un employé passe 20 heures par semaine à saisir manuellement des données entre deux systèmes. En partant du principe que le salaire horaire moyen d'un opérateur de saisie de données est de 25 \$/h, cette seule tâche coûterait à votre entreprise 24 000 \$ par an. Ce chiffre n'inclut pas les coûts non prévus qui peuvent survenir après une erreur de saisie de données, comme la correction des informations d'une commande. Pour une entreprise qui connaît des volumes de ventes plus importants, ces coûts seraient beaucoup plus élevés car la quantité de travail manuel dépend du volume de commandes et du nombre d'applications utilisées.

Si nous estimons le coût d'une intégration simple de la gestion des commandes entre deux applications comme suit : 3000 \$ par an, soit une économie annuelle de plus de 87 %.

■ Dépense en gestion des commandes



Comparaison des coûts de gestion des commandes



L'automatisation de la gestion des commandes par enviolo

enviolo, un fabricant européen de pièces détachées de vélo, utilisait Shopify pour accepter les commandes B2B venant d'ateliers de réparation. Pour chaque commande reçue, l'entreprise devait créer manuellement un nouveau profil client à la fois dans NetSuite et dans Shopify. Il fallait ensuite faire un copier-coller de la commande entre Shopify et NetSuite pour exécuter la commande. Ces processus manuels ne causaient pas seulement des retards à l'exécution, mais également à l'expédition en effet, certains colis n'étaient pas expédiés avec la bonne pièce à cause d'erreurs lors de la saisie d'informations relatives aux commandes, impactant négativement l'expérience client.

Grâce à l'intégration de Shopify et de NetSuite par le biais de Celigo, l'entreprise est parvenue à synchroniser les commandes, les exécutions, les stocks et la facturation entre les deux systèmes. À la suite de l'intégration, l'entreprise a pu traiter les commandes plus rapidement et plus efficacement tout en gagnant une visibilité en temps réel sur le niveau de son stock. Cette intégration lui a permis de fournir une meilleure expérience client tout en libérant des ressources dans le traitement des commandes, ressources qui ont pu être réorientées vers des tâches à plus forte valeur ajoutée.



“ *L'intégration entre le front-office et le back-office nous a permis de rationaliser notre processus de la commande à l'encaissement de telle manière que nous savons désormais quelles commandes sont payées et quand elles le sont. Les membres de notre équipe responsables de ce traitement manuel effectuent maintenant des tâches génératrices de valeur qui améliorent le résultat de l'entreprise.* ”

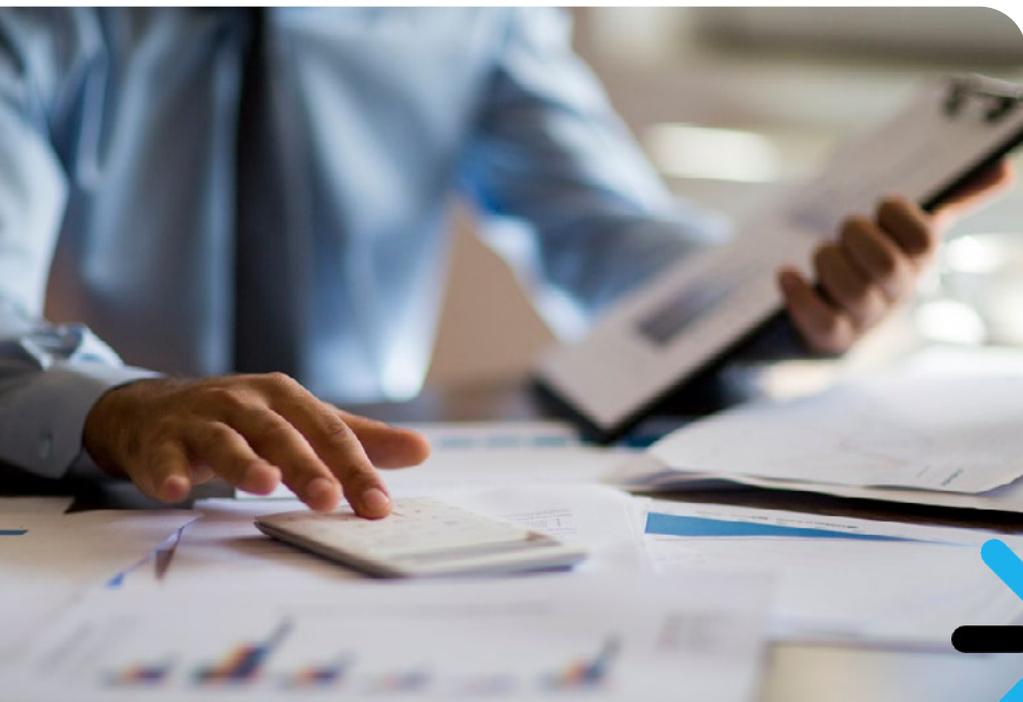
Billy van den Ende
Directeur de la marque chez enviolo
enviolo

Gestion des stocks et exécution

Pour ce qui est de l'exécution des commandes, une entreprise peut gérer ses propres entrepôts, confier cette tâche à un prestataire logistique tiers (3PL) ou adopter une approche mixte. Dans ce dernier cas, l'inventaire sera divisé entre les différents entrepôts.

Lorsque la gestion des stocks et l'exécution des commandes ne sont pas automatisées :

- Les retards et les erreurs dans la réalisation des commandes provoquent de l'insatisfaction chez les clients.
- Étant donné que 40 % des revenus du commerce en ligne proviennent des acheteurs qui reviennent ou qui effectuent des achats répétés, l'objectif ultime de chaque entreprise devrait être d'offrir aux clients une expérience de haute qualité.
- Lorsqu'il existe plusieurs emplacements d'entrepôt ou plusieurs prestataires 3PL à gérer, il devient plus complexe de maintenir une visibilité complète sur l'inventaire et les statuts d'exécution.
- Le manque de visibilité sur l'inventaire à travers les entrepôts et les prestataires 3PL peut entraîner des ruptures de stock, des retards dans les approvisionnements et une diminution des revenus pour une entreprise.

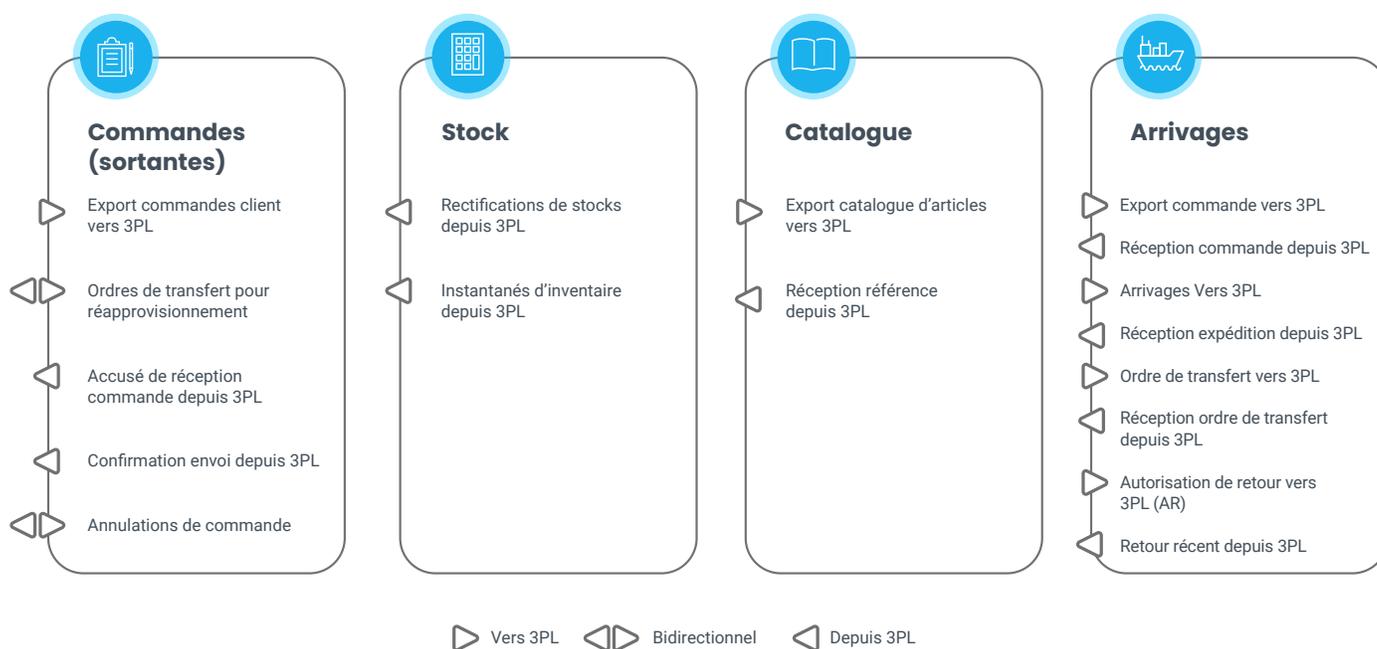


Meilleures pratiques pour l'intégration

Intégration pour automatiser l'exécution et la gestion des stocks

Flux de données habituels entre un 3PL et un système de gestion des commandes

Dans la plupart des cas, l'ERP est utilisé comme système de référence pour les stocks. Les nouvelles commandes et les annulations seraient automatiquement synchronisées de l'ERP vers le 3PL, tandis que les confirmations d'expédition seraient synchronisées du 3PL vers l'ERP. Pour garantir la précision des stocks entre les systèmes, les ajustements de stock seraient automatiquement synchronisés du 3PL vers l'ERP.



Exemple de flux de données entre 3PL, ERP et boutique ou plateforme en ligne



L'intégration pour une bonne tenue des registres dans l'ERP

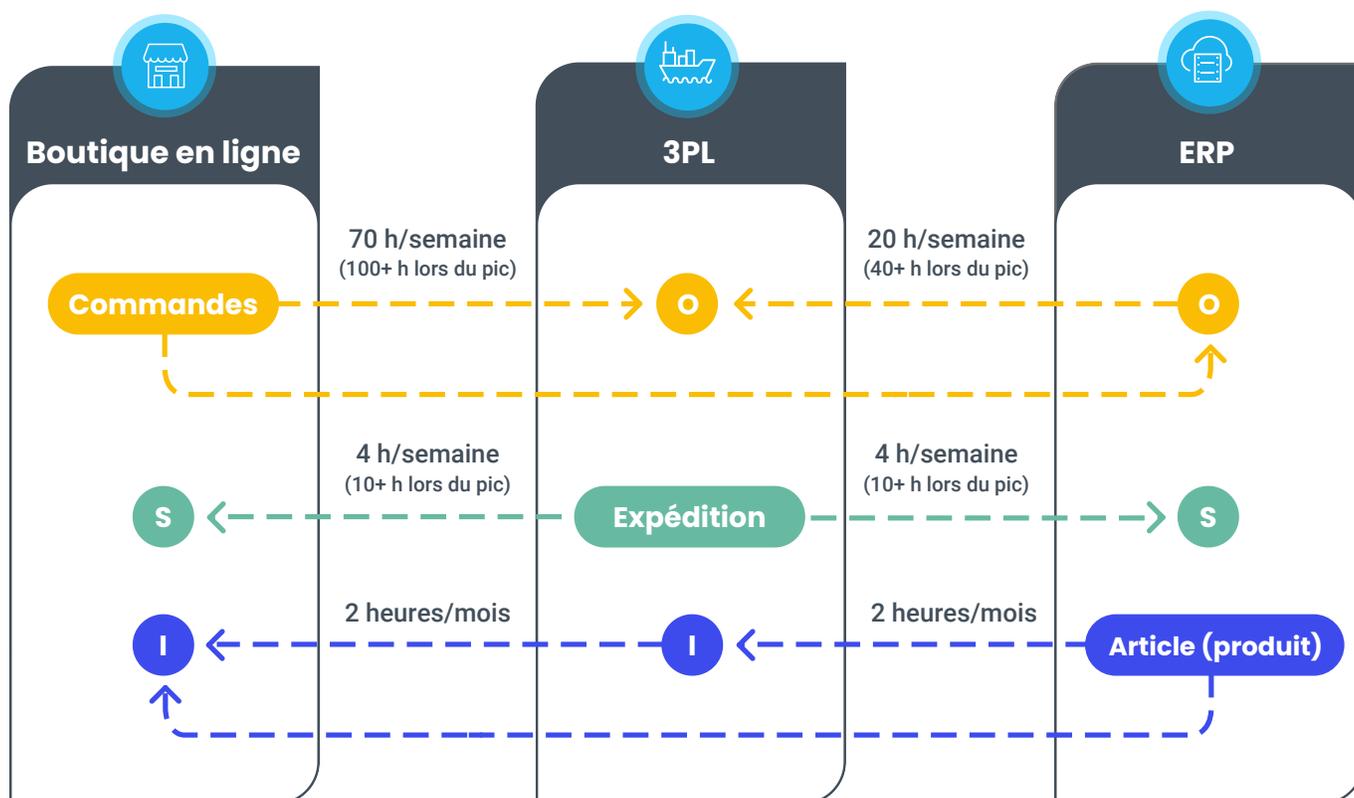


Exemple de processus lorsque les 3PL sont directement intégrés à la boutique ou à la plateforme en ligne

Bien que ce ne soit pas la méthode recommandée, une entreprise peut dans certaines situations choisir de mettre en place une intégration directe entre ses 3PL et son système de gestion des commandes. Cette méthode permet de passer outre les éventuelles restrictions de l'ERP en matière de traitement de volumes élevés de données. Dans un autre scénario, il est possible qu'une intégration directe existe déjà entre le 3PL et la boutique ou la plateforme en ligne. Dans chacun de ces scénarios, il est toujours essentiel d'intégrer votre ERP pour garantir une gestion précise des enregistrements. Vos intégrations existantes permettraient de synchroniser les commandes reçues avec le 3PL, puis de synchroniser les confirmations d'expédition directement du 3PL vers la boutique ou plateforme en ligne. Pour maintenir l'exactitude des données de commandes et de traitement dans votre système comptable, il serait nécessaire de créer une intégration supplémentaire entre ces deux points d'extrémité et l'ERP.



Réduction de coûts grâce à l'automatisation par rapport aux processus manuels



Exemple de flux de travail pour les 3PL

Voici un exemple d'un processus type d'externalisation de la logistique. La saisie des données de commande et d'expédition représente un volume de travail considérable, nécessitant jusqu'à 98 heures de travail par semaine, soit l'équivalent de deux employés à temps plein dédiés exclusivement à cette tâche.

Avec l'intégration, l'ensemble de ce processus peut être automatisé sans recourir à une intervention humaine.

Étude de cas

L'adoption par Lights4Fun d'une solution entièrement intégrée et compétitive

L'adoption par Lights4Fun d'une solution entièrement intégrée et compétitive Lights4Fun est une entreprise omnicanale située au Royaume-Uni qui vend plus de 700 modèles de luminaires décoratifs pour la maison et le jardin. En tant qu'entreprise omnicanale, Lights4Fun est présente sur des marchés clés en Europe et en Amérique du Nord.

Elle opérait sur des systèmes disparates et recevait et exécutait des commandes sur 14 plateformes en ligne, dont Amazon et eBay, ainsi que des boutiques en ligne avec Shopify. Afin d'exécuter les commandes dans plusieurs pays, elle collaborait avec différents 3PL aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne.

En conséquence, elle n'avait aucune visibilité sur les stocks de tous les entrepôts, ce qui pouvait l'amener à vendre des articles en rupture de stock. Les équipes de vente n'avaient pas non plus de visibilité sur les achats ou sur le moment où les articles seraient à nouveau disponibles en stock. À mesure que l'entreprise se développait, elle constatait qu'elle négligeait des opportunités clés de croissance en raison du temps considérable consacré aux processus manuels de mise à jour des données entre les systèmes. Grâce à l'iPaaS de Celigo, ils ont réussi à connecter l'ensemble de leurs plateformes, de leurs 3PL et leur ERP et à obtenir une vision unifiée de leurs prospects, clients, produits, prix, commandes et stocks. Ils disposaient alors de l'élément essentiel qui les aiderait à développer leurs opérations : une visibilité complète et en temps réel des stocks dans l'ensemble de l'entreprise.



La fluidité de l'intégration avec Celigo garantit une cohérence des données. Nous savons que ce que nous regardons est correct. Ainsi, plutôt que de passer ce temps à vérifier ce que nous voyons, nous pouvons l'utiliser pour nous plonger directement dans l'analyse des données. Ces outils constituent une aide indispensable à la croissance de notre entreprise.

Kieran Eblett

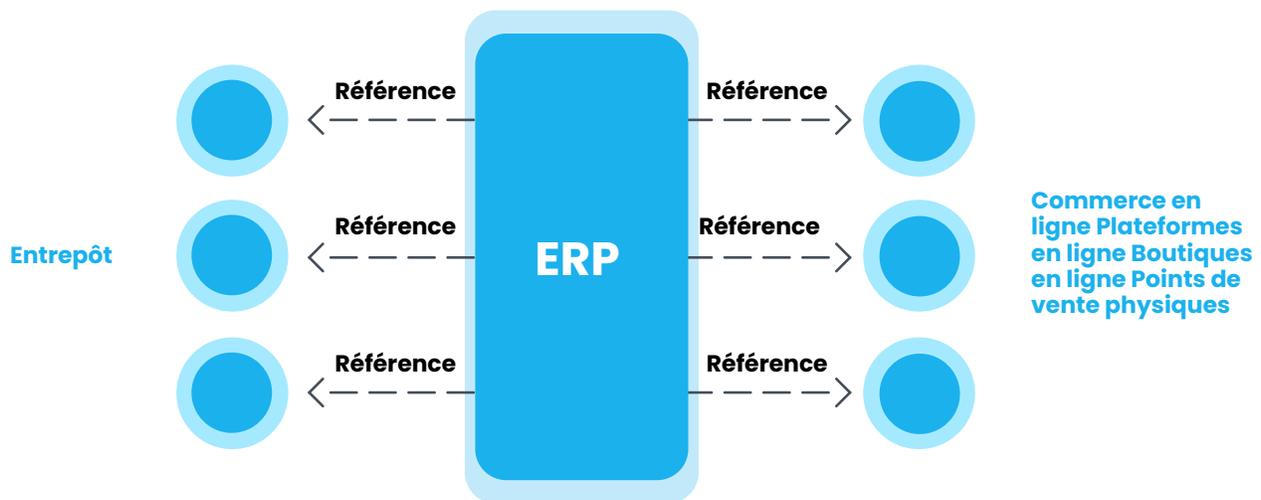
Directeur financier chez Lights4Fun

Consultez la totalité de l'étude de cas [ici](#).

Gestion des articles

Des données précises sur les articles sont essentielles pour la vente, le marketing, le stockage, l'exécution des commandes et la distribution de vos produits.

Si la gestion des articles n'est pas automatisée, elle peut consommer une quantité considérable de ressources opérationnelles. Dans leurs recherches de nouvelles sources de revenus, les entreprises cherchent à toucher un public plus large en exploitant différents canaux de vente. Il peut s'agir d'autres plateformes de vente, de boutiques en ligne dans d'autres régions ou l'ouverture de nouveaux points de vente physiques. Afin d'assurer un traitement rapide des commandes, une diversification des emplacements d'entrepôts est nécessaire. Les articles doivent maintenant être répertoriés sur l'ensemble des canaux de ventes et des emplacements d'entrepôts afin d'assurer des ventes et une exécution des commandes efficaces.



Les références doivent être mises à jour sur l'ensemble des entrepôts et des canaux de vente.

À mesure que le nombre de références augmente, la quantité de travail nécessaire s'accroît elle aussi. Outre les coûts élevés et la consommation importantes de ressources, voici ce qui peut également mal se passer en l'absence d'automatisation :

- La gestion d'un grand nombre de références sur plusieurs canaux et dans différentes devises ralentit le délai de mise sur le marché.
- L'absence de cohérence des articles entre les systèmes rend difficile l'évaluation des performances des produits et peut conduire à des décisions stratégiques erronées en matière de produits.
- Les mises à jour marketing visant à améliorer les ventes, telles que les ajustements de prix, les nouvelles images, les mots-clés pour le référencement et les descriptions seront plus difficiles à réaliser.

- Les retards et les erreurs dans les mises à jour peuvent entraîner des taux de conversion faibles.
- Lorsque les données sur les articles ne sont pas exactes dans les entrepôts et les lieux d'exécution des commandes, cela peut entraîner des problèmes tels qu'un mauvais stockage et une mauvaise manipulation, rendant les produits invendables, ou des retours en raison de non-respect des exigences d'expédition

Les meilleures pratiques en matière d'intégration

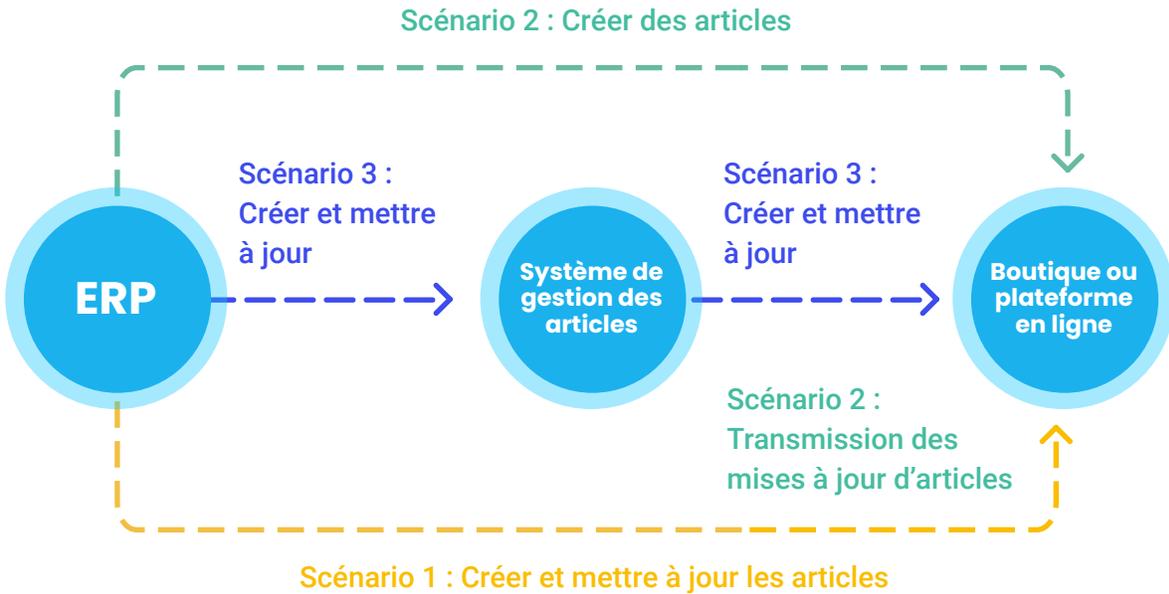
La gestion des articles implique généralement la collaboration de différentes équipes fonctionnelles. La meilleure approche consiste d'abord à examiner les flux de travail et les systèmes existants avec les équipes responsables de la gestion des données.

L'automatisation du processus de gestion des articles implique généralement la synchronisation des catégories, des descriptions, des images, des variations et des prix des produits.

Tirer parti des intégrations pour Svendre sur différentes boutiques et plateformes en ligne

Dans les grandes entreprises, les équipes marketing ont souvent leurs propres outils pour mettre à jour les prix, les descriptions de produits, les images, etc. Cependant, elles n'ont généralement pas accès aux systèmes ERP. Afin de simplifier les interactions entre les équipes marketing et les équipes finance/opérations, une intégration directe entre l'ERP et la boutique ou la plateforme en ligne peut être exploitée pour générer les références d'articles (Item SKUs) et les données requises pour le marketing. Les systèmes de gestion des articles, tels que les PIM ou les gestionnaires de flux, peuvent être utilisés pour alimenter les données de vente.

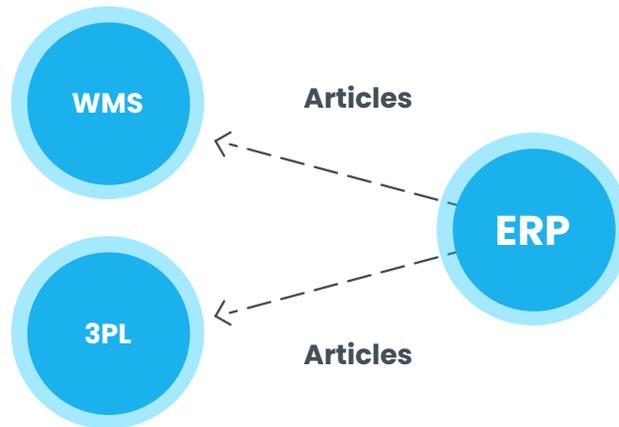




Une intégration possible pour la gestion des articles

Dans certains cas, nous avons observé que les entreprises choisissent de commencer à vendre sur des marchés plus petits qui nécessitent moins de contrôle et de personnalisation. C'est par exemple le cas avec les plateformes locales en Europe. Dans ce type de scénario, l'utilisation d'un système de gestion des articles permet de se connecter à ces petites plateformes localisées.

Les intégrations de **stockage et d'exécution des commandes**

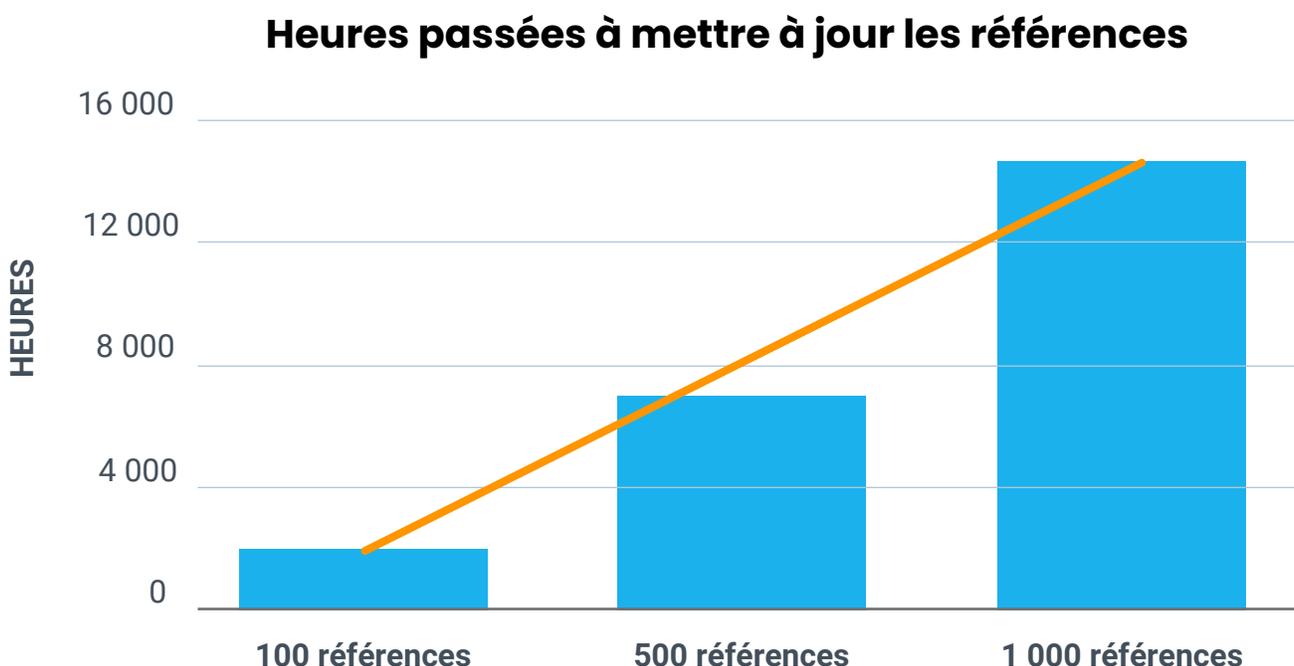


Une intégration possible pour la gestion des articles

La gestion des entrepôts et l'exécution des commandes sont également d'excellents exemples de processus de gestion des articles qui doivent être automatisés. Lorsque les entreprises commencent à se développer sur des marchés géographiquement diversifiés, il est crucial de

diversifier les sites d'exécution des commandes. Certains produits nécessitent des conditions spécifiques de stockage et de manutention pour l'entreposage et l'expédition. Les dimensions, le poids et les conditions de stockage des produits, tels que la température et les dates d'expiration, sont des informations essentielles à maintenir à jour. Lorsque cette information n'est pas fiable, les produits peuvent vite devenir invendables. L'utilisation d'un prestataire 3PL peut entraîner des frais excessifs pour une entreprise.

Réduction de coûts grâce à l'automatisation par rapport aux processus manuels



Faisons l'hypothèse qu'un employé prend 10 minutes pour mettre à jour un article sur l'ERP, 10 minutes pour mettre à jour la plateforme de commerce en ligne et à nouveau 10 minutes pour mettre à jour le WMS. Si cette entreprise gère 500 références, cela représente 250 heures passées à mettre à jour les données sur ces trois canaux.

Grâce à l'automatisation par l'intégration, les données sont automatiquement transmises aux autres canaux sans nécessiter plus de temps ou de ressources.

De plus, toutes les erreurs dues à des fautes de frappe ou de saisie sont éliminées – les données des articles sont exactes sur l'ensemble de vos référencements.

Étude de cas

L'automatisation de la gestion des articles avec une intégration WMS-ERP par Specialty Incentives



Specialty Incentives était chargée de la gestion de plusieurs boutiques en ligne spécialisées, chaque boutique proposant des centaines d'articles, et leur dernière boutique comptait plus de 500 articles. La procédure impliquait d'importer manuellement les articles dans NetSuite en utilisant des fichiers CSV, puis de saisir les données manuellement dans leur système 3PL. Ils ont opté pour Celigo afin d'intégrer NetSuite avec leurs WMS.

Grâce à l'intégration, ils ont pu importer automatiquement les articles de NetSuite dans leur système 3PL, puis renvoyer l'identifiant de l'article créé dans le 3PL en tant qu'enregistrement

d'article NetSuite. Les commandes ont été importées de NetSuite vers le 3PL en se basant sur l'ID de l'article du 3PL.

Toutes les mises à jour des produits étaient automatiquement synchronisées de NetSuite vers l'entrepôt. À la suite de l'automatisation, ils ont réussi à multiplier par deux le nombre de leurs magasins en ligne tout en n'ayant qu'un seul spécialiste pour les maintenir. Cette solution leur a fait économiser un temps précieux lors de l'ajout de nouveaux magasins, car l'entrepôt n'avait plus besoin de créer manuellement tous les articles dans ses systèmes.

Si vous souhaitez en savoir plus, vous pouvez [regarder ce webinaire](#).

Gestion des retours

Dans un paysage du commerce en ligne de plus en plus concurrentiel, il est essentiel de proposer des méthodes de retour simples et pratiques pour se démarquer des autres acteurs. Mais si les retours ne sont pas planifiés avec soin, ils peuvent aussi faire fuir les clients insatisfaits et être une source de frais importants pour l'entreprise.

Selon un rapport récent, 80 % des consommateurs tiennent compte de l'expérience des retours avant d'effectuer un achat. Ils sont 73 % à déclarer qu'ils n'achèteront plus auprès d'une marque en cas de mauvaise expérience de retour.

Pour un processus de gestion des retours optimisé, les clients doivent pouvoir amorcer le retour et renvoyer facilement l'article. L'entreprise doit qui plus est leur fournir une visibilité en temps réel concernant leurs retours et le statut de leur remboursement. Il est essentiel pour les entreprises de disposer d'une visibilité sur les inventaires retournés et l'état des articles retournés afin d'assurer une comptabilisation précise des revenus, de faciliter la revente et de planifier efficacement les stocks.

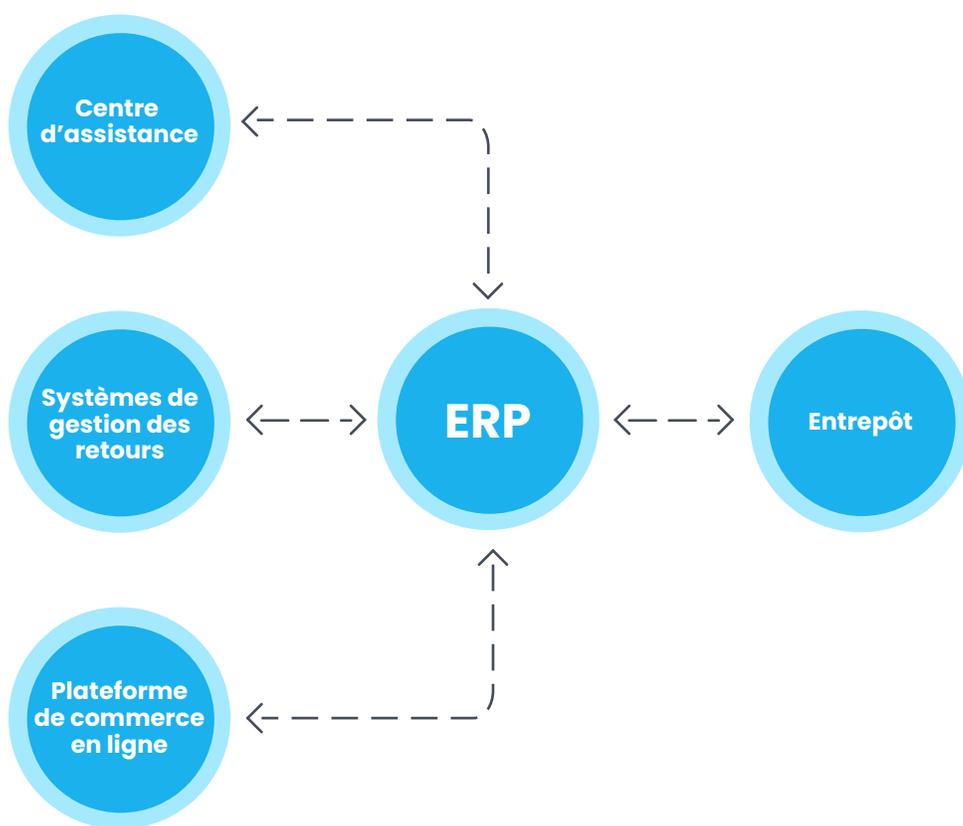
Lorsque les marchandises retournées ne sont pas suivies avec précision, cela peut entraîner des dépenses telles que :

- La saisie manuelle de données entre les systèmes de centre d'assistance, de gestion des retours, de commerce en ligne, de vente au détail, et des prestataires logistiques tiers est une tâche qui nécessite beaucoup de ressources.
- Les marchandises retournées ne sont pas revendables à cause d'une mauvaise visibilité du statut des articles.
- Un excédent de stock dû à des estimations erronées des niveaux de stocks.

En revanche, l'automatisation du processus de gestion des retours peut vous permettre :

- d'augmenter la fidélité client et en faire un client récurrent,
- de vous démarquer de la concurrence en offrant aux clients une expérience de retour fluide,
- d'améliorer les flux de trésorerie par le biais d'un suivi précis des retours et des remboursements,
- de prendre des décisions plus éclairées en fonction de données financières précises,
- de réduire les coûts d'exploitation en éliminant la saisie manuelle de données, activité propice aux erreurs et chronophage.

Les meilleures pratiques en matière d'intégration



Une intégration possible pour la gestion des retours

Les retours peuvent être initiés depuis un centre d'assistance, un système de gestion des retours en libre-service, une plateforme de commerce en ligne ou un point de vente. Pour automatiser le processus de gestion des retours, vous aurez besoin de synchroniser des données clés telles que des RMA, des accusés de réception et des remboursements.

Bien que les applications prêtes à l'emploi de gestion des retours offrent une expérience agréable pour les clients, elles ne suffisent généralement pas à résoudre les défis opérationnels en interne.

Lorsqu'un client amorce le processus de retour, une RMA (une autorisation de retour de marchandise) est émise pour lancer le flux de travail. Si cette opération n'a pas été initiée dans l'ERP, elle doit être synchronisée entre le système d'origine vers l'ERP, puis vers l'entrepôt. De nombreuses entreprises ne synchronisent pas les RMA vers l'ERP avant que le client n'ait renvoyé l'article. En règle générale, les remboursements sont autorisés soit lorsque le client expédie l'article, soit lorsque l'article est réceptionné par l'entrepôt. Dans ce cas, un accusé de réception doit être synchronisé depuis l'entrepôt qui a reçu l'article vers l'ERP pour autoriser le remboursement. En général, le statut des articles retournés, notamment s'ils sont vendables ou endommagés, peut être suivi dans l'ERP.

En automatisant le traitement des retours et des remboursements, les entreprises suivent plus précisément leur inventaire qui peut être vendu, ont une meilleure visibilité sur leur flux de trésorerie et font des prévisions financières plus éclairées.

Pour en savoir plus sur la manière d'automatiser la gestion des retours grâce à l'intégration, veuillez [cet eBook](#).



Comment choisir une méthode d'intégration

Choisir la bonne solution : Comparaison des différentes approches d'intégration

Comparaison des différentes approches d'intégration

	Intégrations codées point à point	Intégrations fournies par le fournisseur	Intégrations point à point	(iPaaS) Plateforme d'intégration
Scénarios d'intégrations simples Quelques endpoints d'application Quelques flux d'intégration	5	5	5	5
Scénarios d'intégrations complexes Nombreux endpoints d'application Nombreux flux d'intégration	1	1	1	5
Coût total de la technologie	1	3	3	4
Développement de code ou de script	5	1	1	3
Développement à l'aide de la configuration	1	5	4	4
Visibilité opérationnelle de l'intégration	1	2	4	5
Résistant aux changements d'endpoints	1	2	4	5
Facile à modifier et à maintenir	1	1	3	4

Adapté 1 2 3 4 5 Non adapté

Intégrations **codées point à point**

Dans cette approche, un développeur code afin d'intégrer les API. Une opération qui peut être réalisée par un développeur interne ou externe. Un outil d'intégration d'API, comme Cloud Elements, peut être utilisé afin d'accélérer le développement. Autre possibilité, les développeurs codent directement vers l'API.

Quand envisager cette approche

- Vous n'avez qu'une ou deux applications à intégrer à votre hub
- Vous disposez déjà en interne de développeurs capables d'implémenter, de gérer et de maintenir les intégrations.
- Vous ne voulez pas faire appel à des solutions tierces.

Attention

- Si vous avez plus qu'une ou deux d'applications à intégrer, le codage propre à chaque intégration risque de prendre trop de temps pour répondre aux besoins de l'entreprise (comptez en moyenne 41 jours par intégration).
- Les intégrations personnalisées nécessitent une ressource dédiée pour les maintenir et les gérer, car les équipes métiers ne disposeront d'aucune visibilité sur les erreurs et ne pourront pas apporter de modifications sans passer par le service informatique.
- Le service informatique devra résoudre chacune des erreurs d'intégration.
- Si les intégrations sont essentielles à votre activité et nécessitent une réactivité, vous devrez disposer d'une équipe en mesure de fournir un support rapide 24 heures sur 24 et 365 jours par an.
- Vous devrez implémenter un processus pour être informé des changements d'endpoints (API) afin d'éviter toute interruption involontaire du service.



Intégrations **ournies par le fournisseur** (ou natives)

Il s'agit d'une approche relativement commune puisque de nombreuses applications fournissent des intégrations natives vers de grands hubs d'applications, comme Salesforce.com.

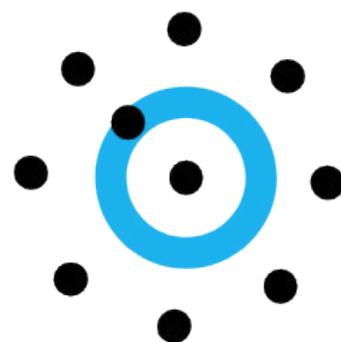
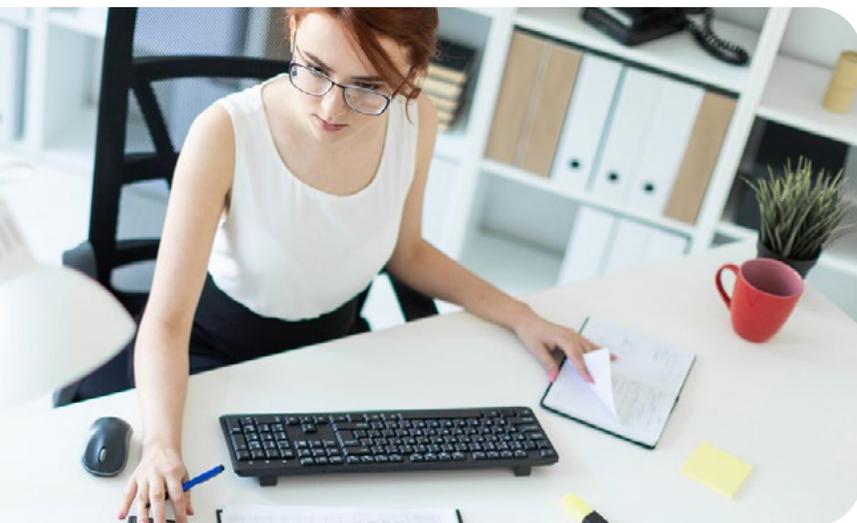
Avec cette approche, c'est le fournisseur qui a construit une intégration. En règle générale, un administrateur système configure un échange de données entre leur application et une autre. Parmi ces solutions, on peut citer HubSpot vers Salesforce.

Quand envisager cette approche

- Vous n'avez pas de besoins spécifiques ou personnalisés en matière d'intégration.
- Vous n'avez pas besoin d'envoyer les mêmes données à plusieurs applications.

Attention

- Il se peut que vous deviez acheter une version supérieure des applications respectives pour accéder aux API et aux services d'intégration.
- Il est compliqué de personnaliser ces intégrations en dehors des fonctionnalités du fournisseur.
- Il faut désigner un responsable et mettre en place un processus de gestion des erreurs, car généralement seuls les administrateurs système disposent de la visibilité nécessaire.
- La visibilité et la gestion des erreurs sont basiques. La récupération est souvent impossible, si ce n'est en renvoyant les données depuis le système source ou en les saisissant manuellement.



Solutions d'intégration point à point

Ces solutions sont généralement conçues pour des utilisateurs métiers possédant une expertise technologique pour permettre des intégrations relativement simples entre les systèmes connectés. Elles offrent en outre une vue simplifiée des API sous-jacentes qui permettent aux utilisateurs de configurer des intégrations sans nécessiter de connaissances approfondies. Les utilisateurs ont souvent besoin d'un accès administrateur aux systèmes qu'ils tentent d'intégrer ou d'un accès aux clés d'API. Parmi ces solutions, on trouve par exemple FarApp et Zapier.

Quand envisager cette approche

- Vous avez des besoins d'intégration individuels ou à l'échelle d'un service
- Vous n'avez que quelques applications à intégrer avec une poignée de flux d'intégration simples.
- Les équipes métier sont responsables des applications et des intégrations

Attention

- Compte tenu de la vue simplifiée de l'interface, il est compliqué de personnaliser les intégrations en dehors de ce que le fournisseur a prévu
- Il est difficile de déployer ces solutions à l'échelle de l'ensemble de l'entreprise
- La tarification se fait à la « tâche », une formule qui peut vite devenir coûteuse si vous avez de nombreux petits paquets de données transportés entre les deux systèmes
- La visibilité et la gestion des erreurs sont basiques
- Il n'existe pas de système de contrôle pour s'assurer que les intégrations n'empiètent pas les unes sur les autres. Par exemple, différentes intégrations mappent différentes valeurs vers un même champ.
- Il est très difficile de réaliser des audits lorsqu'il y a une multitude d'intégrations point à point

Plateforme d'intégration en tant que service (iPaaS)

Cette catégorie de solutions d'intégration est arrivée assez récemment sur le marché, il y a environ 5 à 7 ans. Ces plateformes sont conçues pour éliminer les problèmes liés à un trop grand nombre d'intégrations point à point en fournissant une gestion centralisée des intégrations.

Comme les solutions point à point, elles encapsulent les API pour permettre la configuration des connexions entre les applications et l'iPaaS. De plus, il existe différentes expériences utilisateurs. Certaines solutions iPaaS sont conçues pour répondre aux cas d'utilisation rencontrés par les grandes entreprises. Elles sont donc semblables à des « boîtes à outils » et destinées aux équipes informatiques ; c'est par exemple le cas de Dell Boomi, Jitterbit et ulesoft. D'autres solutions proposent quant à elles des intégrations préconfigurées dont le but est d'aider les entreprises à démarrer rapidement tout en offrant la possibilité de développer des intégrations personnalisées afin de répondre à tous les cas d'utilisation. Ces solutions conviennent généralement mieux aux entreprises moyennes elles peuvent en effet être utilisées à la fois par les équipes métier et les équipes informatiques pour construire des intégrations simples, mais aussi complexes. Celigo offre une solution iPaaS de premier choix à destination des moyennes entreprises.

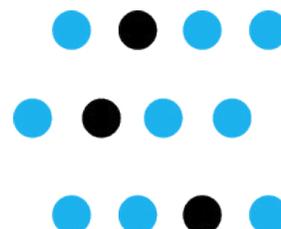
Quand envisager cette approche

- Vos intégrations sont essentielles à vos missions.
- Vous avez à la fois des intégrations simples et complexes.
- Vous avez plusieurs applications à intégrer.
- Vous souhaitez que la gestion et la maintenance des intégrations soient effectuées par vos équipes métiers et non par votre équipe informatique.
- Vos besoins en matière d'intégrations sont fluides et changent souvent.
- Vous avez besoin d'intégrations personnalisées.
- Vous avez besoin d'une visibilité opérationnelle avancée sur les performances de votre intégration (ex. : gestion des erreurs et la récupération automatique).

Attention

- Toutes les solutions iPaaS ne se ressemblent pas. Pensez donc à élaborer une liste contenant vos besoins spécifiques.
- Assurez-vous de ne pas payer pour des fonctionnalités de niveau entreprises dont vous n'avez pas l'utilité.

Pour en savoir plus sur l'iPaaS, vous pouvez consulter cet [eBook](#).



Étapes suivantes

Chaque entreprise est unique c'est pourquoi la méthode pour choisir une plateforme de données centrale et l'élaboration d'une stratégie d'intégration dépend de vos besoins spécifiques.

Afin de déterminer ce qui convient le mieux à votre entreprise, nous vous recommandons de discuter avec un expert en intégration de commerce en ligne.

Contactez-nous dès à présent à l'adresse info@celigo.com et demandez une consultation gratuite avec l'un des experts en intégration chez Celigo.

À propos de Celigo

Celigo permet une croissance fulgurante, une gestion des coûts maîtrisée et des expériences clients supérieures en s'assurant que chaque processus est automatisé de manière optimale, et ce, à tous les échelons de l'entreprise. La plateforme Celigo est une plateforme d'intégration en tant que service complète qui permet aux utilisateurs métiers et aux développeurs d'automatiser à la fois les processus métiers courants et personnalisés, et de transférer leur gestion aux équipes responsables de ces processus. Cela permet aux équipes métiers d'innover plus rapidement et de devenir plus réactives, tout en fournissant aux services informatiques les capacités nécessaires pour garantir des meilleures pratiques unifiées, la sécurité des données et l'évolutivité afin de répondre aux besoins actuels et futurs de l'entreprise.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.celigo.com, ou contactez-nous par email à l'adresse : info@celigo.com.



**Des centaines d'applications.
Des milliers de processus métiers.
Des millions de combinaisons.
UN SEUL iPaaS.**

3 Lagoon Drive, Suite 130
Redwood City, CA 94065
+1.650.579.0210

www.celigo.com
sales@celigo.com

© 2023 Celigo, Inc. Tous droits réservés. Celigo® et le logo de Celigo sont des marques déposées de Celigo, Inc. aux États-Unis. Toutes les autres marques et marques déposées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

Mars 2023

