

Sommaire

Malgré leur volonté d'innover et d'utiliser la technologie pour améliorer le rendement de leur entreprise, les dirigeants d'affaires canadiens sont aux prises avec le commerce électronique et les systèmes d'approvisionnement en ligne. En effet, notre sondage mené en 2001 auprès des chefs de la direction de 1 000 entreprises canadiennes révèle qu'ils effectuent en moyenne 8% de leurs activités d'approvisionnement en ligne. Toutefois, les personnes sondées affirment que d'ici à 2005, l'approvisionnement en ligne servira à effectuer en moyenne 35 % de leurs transactions d'achat.

Pour mettre en lumière les tendances cernées dans le sondage et les démarches adoptées par les entreprises pour accroître l'approvisionnement en ligne, le Conference Board du Canada, en association avec l'Association canadienne de gestion des achats et Industrie Canada, a effectué cinq études de cas sur des organisations de pointe.

Les résultats démontrent que, même si les organisations mettent en œuvre une variété de stratégies d'approvisionnement, leurs objectifs, inducteurs, systèmes, procédures de mise en œuvre, indicateurs de rendement et résultats partagent des points communs.

Quel que soit le mode d'approvisionnement en ligne utilisé dans ces organisations, les responsables de l'approvisionnement et les cadres supérieurs le perçoivent comme un outil essentiel à l'efficacité des opérations commerciales. L'approvisionnement en ligne leur permet de rationaliser les activités de la chaîne d'approvisionnement et, partant, de réduire les coûts, d'améliorer la qualité et de diminuer les délais du cycle de livraison. Il leur donne également la capacité de schématiser leurs activités de tous les jours et de renforcer ainsi leur compétitivité, leur productivité et leur croissance.

L'approvisionnement soulève des enjeux sur le plan technologique et de la gestion du changement, mais les organisations refusent de s'en passer.

Pour évaluer les avantages associés à l'approvisionnement en ligne, les participants des études de cas se servent d'indicateurs de suivi des transactions effectuées jusqu'à date et des économies réalisées (p. ex. économies de coûts et de temps axées sur les opérations; taux d'exactitude et de fiabilité; prolongement du délai des comptes payables; procédures comptables plus rapides).

Treize clés de la réussite de l'approvisionnement en ligne dégagées par les études de cas :

1. Ne pas focaliser la technologie.
2. Choisir une stratégie appropriée à l'organisation.
3. Gagner le soutien des cadres.
4. Nommer un champion.
5. Planifier à l'avance.
6. Allouer suffisamment de ressources et offrir une formation.
7. Engager des intervenants clés et sensibiliser les utilisateurs.
8. Apporter graduellement des améliorations.
9. Anticiper l'imprévu.
10. Choisir des fournisseurs compétents.
11. Établir des critères élevés.
12. Traiter les problèmes rapidement.
13. Rechercher la simplicité.

Obstacles ou enjeux sur le plan de la mise en œuvre dégagés par les études de cas :

- ? Traiter les problèmes associés à la gestion du changement.
- ? Persuader les fournisseurs d'adopter l'approvisionnement en ligne.
- ? Optimiser ses ressources.
- ? Gérer l'adoption de nouvelles technologies.
- ? Trouver des gens ayant les compétences voulues.