

B2B CASE



UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

PRESENTED BY:



WRITTEN BY:

Anthony Brouillette, Writer, Université de Sherbrooke
Ana Dragović, VP Academic Happening Marketing
Étienne Moreau, VP Academic Happening Marketing

Qui est Wiptec?

Depuis sa fondation en 2002, Wiptec se spécialise dans la préparation et l'expédition de commandes Pick-Pack-Ship pour une quantité importante d'entreprises et industries. Elle œuvre notamment dans plusieurs domaines différents tels que le commerce de détail, la vente en gros et le commerce électronique. Ses opérations se divisent comme suit : 50% des activités sont réalisées pour le domaine du B2B et 50% pour le B2C. Cela fait en sorte que ses opérations doivent être précises, rapides et de grande qualité pour les différents clients. Au fil du temps, Wiptec a su solidifier son image de marque en expédiant pour des géants tels que Amazon, Walmart et Costco. Leur mission principale est d'aider les entreprises à tirer profit des changements dans le marché. La satisfaction du partenaire est cruciale et elle se retrouve donc au cœur de la stratégie d'affaires pour Wiptec. C'est pourquoi les valeurs de la passion, l'engagement et du travail d'équipe sont parmi les plus importantes au sein de l'organisation. Bien que la maison mère soit située à Sherbrooke, ceux-ci ont construit un tout nouveau centre de préparation à Longueuil. À l'aide de ses installations et de ses équipements à la fine pointe de la technologie, l'entreprise parvient à expédier plus de 200 000 commandes par semaine, avec une superficie de 1 250 000 pied². Avec des objectifs de doubler son chiffre d'affaires chaque année, Wiptec vise à expédier 1 500 000 de commandes par semaine avec une superficie totale de 2 300 000 pied² dans ces 2 centres.

Les services offerts par Wiptec

Préparation de commande B2C

En ce qui concerne les commandes B2C, celles-ci sont préparées de manière à être précises, rapides et personnalisées. De grands investissements ont été réalisés dans les dernières années dans les services offerts aux consommateurs afin de répondre à la demande grandissante du commerce en ligne. Il s'agit de plus de 25 000 commandes qui sont expédiées chaque jour, et ce avec un taux d'exactitude de plus de 99,8%. L'un des avantages majeurs est la personnalisation de chacune des solutions offertes au client. On peut notamment y inclure des atouts personnalisables tels que : un emballage, de la documentation et du matériel marketing. La mission première des commandes B2C est de personnaliser et satisfaire chacune des demandes de la clientèle afin d'aller chercher un maximum de rétention.

Préparation de commande B2B

Bien que les consommateurs individuels soient au cœur de la stratégie d'affaire de Wiptec. Il ne faut pas oublier l'importance capitale des entreprises telles que les boutiques, magasins et magasins de grandes surfaces. Wiptec offre ainsi une préparation de commandes complètes et à l'unité avec un taux d'exactitude similaire au B2C, soit 99,8%. La personnalisation est aussi applicable pour les différents requis de ces détaillants.

Gestion des stocks, commandes et retours

En plus d'être reconnu pour sa bonne gestion de la clientèle, Wiptec se distingue également par son excellente gestion des commandes. On parle ici de toutes les étapes de préparation d'un colis; passant par l'entreposage jusqu'à la gestion des retours. En ce qui concerne les inventaires et l'entreposage, Wiptec s'assure d'être conforme à plusieurs exigences et requis demandés sur le marché. Tout d'abord, les numéros de lots et les dates d'expiration possèdent une traçabilité complète afin d'assurer au client un contrôle et une vision complète sur le processus. Par la suite, ils s'assurent de suivre les stratégies de sorties FIFO (first in first out), LIFO (last in first out) et FEFO (first expired first out) afin d'assurer un bon roulement des inventaires. Bien entendu, une gestion complète des numéros de série est assurée par l'entreprise. Par la suite, puisque Wiptec envoie des colis destinés à plusieurs marchés distincts, ceux-ci se sont assuré d'avoir un environnement certifié pour que tout produit alimentaire soit sous contrôle. Il s'agit ici de s'assurer que ces aliments sont entreposés selon les températures de conservation ainsi que les taux d'humidité requis. Pour le décompte des inventaires, ils utilisent le décompte d'inventaire cyclique proactif et sans arrêt des opérations. Par la suite, en ce qui concerne l'emballage et l'assemblage des commandes, Wiptec s'assure d'offrir une gamme complète de service de mise en kits. La mise en kit signifie qu'ils s'occupent de tout pour que l'emballage soit selon le <<kit>> demandé par le client. Qu'il s'agisse de l'assemblage traditionnel, de l'assemblage de présentoirs et d'étagères pour les points de ventes, de l'étiquetage, du réemballage, de l'emballage d'échantillon promotionnel ou de l'étiquetage personnalisé, Wiptec se charge de tout. Bien entendu tout service n'est pas complet sans une excellente gestion des retours. Le système actuel permet à la clientèle d'avoir un statut en temps réel du suivi des retours, en plus de plusieurs rapports automatisés précis et détaillés.

Les divers Avantages Wiptec

Les installations et les différents partenaires.

Comme il fût mentionné précédemment, l'entreprise a décidé d'augmenter sa capacité de production en construisant un nouveau centre de commandes partagées à Longueuil. Muni d'une surface de 1,7 million de pieds carrés, ce centre permettra d'ajouter 800 employés aux 400 déjà chez Wiptec, dans les 3 prochaines années. En plus d'aider l'économie locale, ce centre permettra d'augmenter la cadence de production à 200 000 cartons par jour, ce qui cumulera près de 75 millions par années. Ils œuvrent notamment au Canada, aux États-Unis et même partout dans le monde. L'utilisation de ce transporteur présente plusieurs avantages pour Wiptec et ses partenaires, notamment une réduction des coûts, une simplification des activités et une prise en charge de la gestion des opérations des clients.

Les technologies à la fine pointe

Wiptec utilise un WMS (warehouse management system) qui facilite grandement le processus de production. Leur système permet notamment un contrôle des lots; une exactitude des commandes, inventaires, prélèvements et expéditions; un portail numérique et des rapports exécutifs. Le WMS est aussi intégré à un système d'expédition multitransporteur nommé Proship, qui facilite la gestion du transport. Ce système permet notamment d'optimiser les transporteurs pour limiter les coûts, faciliter les suivis et permet de consolider les frets. Par la suite, le WMS en place permet une grande flexibilité d'adaptation pour les différents ERP et logiciels d'entreprise (SAP, Salesforces, etc.). En plus du WMS, plusieurs autres équipements à la fine pointe de la technologie sont employés afin de faciliter les différents processus de production. Voici les plus importants :

- Infrastructure RF (radio frequency)
- Réseaux de convoyeurs automatisés
- Tours de cueillette
- Lecteurs optiques au doigt
- Modules de prélèvements
- Ordinateurs mobiles montés sur le bras
- Prélèvements par signaux lumineux
- Chariots élévateurs filoguidés

En plus de s'assurer d'un système efficace et peu coûteux pour les clients, Wiptec s'assure de contribuer au développement durable en offrant un environnement sans papier. Tout ceci est possible grâce à l'utilisation des infrastructures RF telles que les bras robotisés, les lecteurs optiques au doigt, etc.

Le Flex de client

Il n'est pas rare de voir des fluctuations dans les volumes des commandes pour les centres de préparation de commandes. Pour pallier les inconvénients liés à ces fluctuations, Wiptec utilise le Forecast hebdomadaire, roulant sur 30 jours, qui permet de répondre à la demande dans les délais souhaités. Cette stratégie permet de bien balancer la charge de travail et les heures des quelque 400 employés afin de répondre aux cibles de production qui peuvent varier. Elle permet notamment d'obtenir une marge de manœuvre de 20% par rapport à la demande. Ainsi, il est donc possible d'éviter le surplus de main-d'œuvre lorsque la demande est basse et la pénurie de main-d'œuvre lorsque celle-ci est élevée.

Votre Mandat

Grâce au nouveau centre de préparation situé à Longueuil, Wiptec souhaite utiliser ces nouvelles installations afin d'acquérir une plus grande quantité de micros clients et leur faire bénéficier des différents avantages Wiptec. Il est important de comprendre que le microclient est un client n'ayant pas un grand volume de vente en ligne (moins de 200 commandes par semaine), mais qui peut toutefois avoir un certain volume de vente en magasin. L'entreprise se questionne à savoir comment peut-elle mettre de l'avant une

stratégie B2B complète qui leur permettra d'acquérir et conserver cette nouvelle clientèle. Elle souhaite ainsi mettre de l'avant l'ensemble des avantages Wiptec qui vous ont été présentés, afin de convaincre les clients potentiels de se tourner vers leurs services. Cette stratégie devra aussi prendre en compte les canaux et médias à utiliser afin de bien communiquer cette offre. Quel sera le positionnement web lié à votre stratégie? Quelles sont la ou les options de tarification qui seraient les plus intéressantes? Quelles ressources devront-êtré mises en place pour la réalisation de votre stratégie? Comment présenter l'offre Wiptec afin d'attirer ces microclients à faire affaire avec eux?

Il y a juste le changement qui ne change pas; Pensez outside the box.

Éléments à prendre en compte dans l'élaboration de votre stratégie

- Aucune contrainte budgétaire ne fut émise par Wiptec, votre budget doit donc être en concordance avec votre stratégie.
- L'objectif de l'entreprise est de maintenir le rythme de croissance qu'elle connaît présentement, soit de doubler le chiffre d'affaires chaque année, et ce, au minimum jusqu'en 2028.
- En ce qui concerne la rétention des clients actuels, on peut dire que les choses vont bien chez Wiptec. Plusieurs des clients potentiels approchent l'entreprise par eux-mêmes et les clients actuels ont souvent tendance à renouveler leurs ententes avec la compagnie. La rétention n'est donc pas un défi majeur. Cela peut s'expliquer par le fait que les coûts liés au changement d'entreprise dans le domaine sont dispendieux. La seule difficulté observable est liée à la rétention des plus gros clients, puisque ceux-ci retournent en appel d'offres à chaque fin de contrat pour trouver le distributeur le moins cher.
- La gestion de l'inventaire se fait sur le même système de gestion d'inventaire qui est utilisé sur tous les canaux existants (grossistes, le commerce de détail, le commerce électronique et les marketplaces). Puisque Wiptec détient un seul grand inventaire pour l'ensemble des produits entreposés de leurs clients, l'entreprise en fait la gestion et envoie des fichiers d'ajustement (EDI) qui permettent de mettre à jour l'inventaire du client afin que celui-ci connaisse l'état actuel de ses stocks.
- En ce qui concerne les canaux de communication et de gestion, Wiptec opère selon une stratégie omnicanale. Il faut donc que la stratégie prenne en compte cet aspect afin d'offrir la plus grande fluidité possible.