

Le Stanford Global Supply Chain Management Forum révèle la grande valeur de l'externalisation du commerce électronique B2B

Les participants à l'étude déclarent bénéficier d'un retour sur investissement de 245 pour cent et d'une importante amélioration de la satisfaction client et des compétences techniques pour le commerce électronique B2B

Gaithersburg, Md. — 17 octobre 2007 — GXS, un fournisseur leader de solutions de commerce électronique inter-entreprises, a dévoilé aujourd'hui les résultats d'une enquête réalisée par l'université Stanford. Celle-ci conclut que les entreprises qui mettent en œuvre des solutions d'externalisation du commerce électronique inter-entreprises assistent à un retour sur leur investissement annuel de 245 pour cent et une amélioration de la satisfaction client de 62 pour cent.

L'enquête a été réalisée par le Stanford Global Supply Chain Management Forum

(<http://www.gsb.stanford.edu/scforum/>) et dirigée par le spécialiste de la chaîne logistique Dr. Hau Lee. L'enquête a examiné les entreprises ayant externalisé certaines ou toutes leurs opérations B2B dans le but de déterminer si les clients bénéficient de l'externalisation, et si oui, dans quelle ampleur. Selon les conclusions de l'enquête, les entreprises qui externalisent leurs programmes B2B bénéficient non seulement d'une amélioration de la satisfaction client, mais également de meilleures compétences techniques pour le commerce électronique B2B, d'une plus forte différenciation concurrentielle, d'une meilleure visibilité sur les stocks, d'un temps de fonctionnement et de disponibilité accru du système et d'un meilleur retour sur investissement (RSI). Vous pouvez télécharger le rapport intégral sur www.gxs.com.

Les entreprises participant à cette enquête couvrent le monde entier et représentent une multitude de secteurs d'activité, notamment le secteur de la haute technologie, l'industrie manufacturière, les services financiers, le commerce de détail/l'industrie des biens de consommation et le secteur de la santé. Leur chiffre d'affaires s'étend de moins de 500 millions de dollars à plus de 10 milliards de dollars. Les participants ont identifié les principales motivations commerciales suivantes qui conduisent à une externalisation du commerce électronique B2B : une réduction des coûts, une amélioration des compétences B2B, une plus grande efficacité de la chaîne logistique, une gestion des fournisseurs centralisée et une meilleure expérience client, entre autres critères. Ils ont déclaré bénéficier des réels avantages suivants :

- Une amélioration de 62 pour cent en moyenne au niveau de la satisfaction client ;
- Une amélioration de 75 pour cent en moyenne au niveau des compétences techniques B2B ;
- Une amélioration de 58 pour cent en moyenne au niveau de la visibilité sur les stocks ;
- Une amélioration de 55 pour cent en moyenne au niveau de la prévisibilité des coûts informatiques ; et
- Une amélioration de 41 pour cent au niveau du temps de fonctionnement et de la disponibilité du système.

En outre, 76 pour cent des participants ont réalisé un rendement qui équivaut à plus du double de leur investissement annuel.

« La performance d'une entreprise est inextricablement liée à l'excellence de la chaîne d'approvisionnement. Cette enquête démontre que les entreprises qui externalisent leurs programmes B2B améliorent et rationalisent les communications avec fournisseurs et clients tout en bénéficiant de remarquables compétences techniques B2B » a déclaré Hau Lee, Ph.D. directeur du Stanford Global Supply Chain Management Forum. Par conséquent, les entreprises qui externalisent leurs programmes B2B ont des chaînes d'approvisionnement plus efficaces qui affectent directement et positivement la performance de l'entreprise. Les avantages de l'externalisation du commerce électronique B2B sont incontestables et les résultats de cette enquête le prouvent.

D'autres avantages de l'externalisation du commerce électronique B2B sont liés au besoin réduit en ressources internes pour supporter les programmes B2B. Plus de 50 pour cent des participants ont constaté avoir besoin de moins d'employés à plein temps pour supporter les connexions B2B et les communications entre partenaires commerciaux. Cependant, ces mêmes entreprises ont également observé un support B2B mondial de plus haut niveau grâce à la disponibilité de ressources en langue locale et au support de standards régionaux. Par ailleurs, ces entreprises ont été en mesure de réduire leurs coûts de formation internes liés aux standards et protocoles B2B.

Pour la plupart des entreprises, le commerce électronique B2B est une ménagerie de standards, de protocoles, de types de documents et de processus métier. Gérer eux-mêmes cette ménagerie est au mieux difficile, au pire impossible. De plus en plus d'entreprises se rendent peu à peu compte qu'une externalisation des programmes B2B est logique et améliore leur capacité à répondre aux attentes clients et à obtenir une meilleure visibilité sur leurs chaînes d'approvisionnement, » a déclaré Bobby Patrick, Directeur Marketing chez GXS. Les résultats de cette enquête soulignent la grande valeur que les Services Infogérés de GXS apporte aux clients sous forme de coûts réduits, d'une souplesse accrue et d'une plus grande satisfaction client. »

Le Stanford Global Supply Chain Management Forum (le Forum) est un programme réalisé en partenariat avec l'industrie et la School of Engineering and Graduate School of Business de l'université Stanford qui fait progresser la théorie et la pratique d'excellence en matière de gestion de la chaîne logistique. Le Forum collabore avec environ 30 organisations sectorielles et est activement engagé avec un vaste éventail de secteurs d'activité leaders et émergents dans le but d'identifier, de documenter, de rechercher, de développer et de diffuser les meilleures pratiques dans un environnement dynamique et économique de plus en plus global. Hau Lee, le directeur du Forum, est le Thoma Professor of Operations, Information and Technology à la Stanford Graduate School of Business. Son travail a été largement publié dans des magazines tels que *Management Science*, *Harvard Business Review*, *Sloan Management Review*, *Supply Chain Management Review* et *Interfaces*. Des représentants du Forum présenteront les résultats de cette enquête dans le cadre d'un webinaire qui se tiendra le 8 novembre à 14h00 heures ET. Pour les modalités d'inscription à ce webinaire, veuillez vous rendre sur www.gxs.com.

Les Services Infogérés de GXS, la solution d'externalisation du commerce électronique B2B de GXS, offrent aux clients l'infrastructure technique nécessaire à l'exécution de programmes B2B mondiaux. Les caractéristiques de la solution

regroupent services d'intégration hébergés, traduction des données, visibilité sur les transactions, administration des systèmes et fonctions de reporting performantes. Par ailleurs, les Services Infogérés de GXS apportent l'expertise B2B nécessaire pour offrir un niveau mondial en matière de gestion de projets B2B, de gestion de la communauté commerciale et de support client. La solution permet aux entreprises d'effectuer des transactions avec n'importe quel standard ou protocole B2B, facilitant ainsi une gestion efficace des flux d'informations critiques au sein des communautés commerciales.

À propos de GXS

GXS est un fournisseur leader mondial de solutions de commerce électronique inter-entreprises visant à simplifier et optimiser l'intégration des processus métier, la synchronisation et la collaboration entre partenaires commerciaux. De nombreuses entreprises de par le monde, dont plus de 75 pour cent des 500 sociétés classées par la revue Fortune, s'appuient sur les services à la demande sur GXS Trading Grid® pour étendre les réseaux d'approvisionnement, optimiser les lancements de produits, automatiser les entrées en stock, gérer les paiements électroniques et améliorer la visibilité sur la chaîne logistique. Grâce à une présence mondiale inégalée, les Services Infogérés de GXS offrent aux clients les personnes, les processus et la technologie leur permettant d'effectuer des transactions de commerce électronique inter-entreprises mondiales avec l'ensemble de leurs partenaires commerciaux.

Basé à Gaithersburg, Maryland, GXS offre un vaste réseau mondial à des clients établis en Amérique, en Europe et en région Asie-Pacifique. Retrouvez GXS sur le web sur www.gxs.com/fr/.

Contacts de presse :

Denise Oakley, Director, Marketing Programmes International GXS
Tel - +44 (0) 1932 776408 / +44 (0) 7768 537 481 Email: denise.oakley@gxs.com