

keyrus
New Reality

A man in a dark blue Nike cap and jacket is smiling and looking at a laptop. He is standing in a shoe store with several pairs of sneakers on display in the background. The scene is lit with warm, orange-toned lighting.

Not on my watch!

Comment la digitalisation des processus par les NFT améliore l'efficacité opérationnelle des processus logistiques dans le secteur du Retail

Not on my watch!

Comment la digitalisation des processus par les NFT améliore l'efficacité opérationnelle des processus logistiques dans les secteurs du Retail

L'optimisation de la logistique dans le Retail est un enjeu crucial pour résoudre la difficile équation entre satisfaction clients et rentabilité. De la gestion des stocks à celles des commandes et de la livraison, les challenges qui se présentent aux retailers pour perfectionner l'efficacité opérationnelle sont multiples, et la digitalisation des processus logistiques apparaît comme une solution efficace pour répondre à ces défis. Néanmoins, si de nombreux processus logistiques ont déjà été digitalisés, certains processus résistent et restent manuels, notamment dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement et des inventaires. Cependant, l'émergence de nouvelles technologies comme les NFT vont rapidement permettre un réalignement digital de toute la supply chain. Un énorme potentiel pour des bénéfices réels et nombreux.

Le triptyque douloureux de la logistique dans le Retail

Les défis de la logistique dans le Retail sont nombreux, et toujours inscrits dans une démarche d'équilibre entre efficacité

opérationnelle et qualité de service pour les clients. Néanmoins, parmi les multiples sujets de préoccupations, trois principaux pain points semblent se dégager de manière constante.

Les trois principaux défis de la logistique dans le retail sont la **gestion des stocks**, la **gestion des commandes et des retours**, et la **gestion des coûts**. Les détaillants doivent en effet maintenir des niveaux de stock appropriés, gérer les commandes et les retours en temps réel et trouver un équilibre entre les coûts et la qualité de service. Ces défis peuvent néanmoins être relevés grâce à la digitalisation des processus et à l'utilisation de nouvelles technologies.



Pourquoi digitaliser les processus logistiques dans le Retail ?

La digitalisation des processus se présente comme un moyen efficace de traiter ces trois problématiques. En effet, elle présente de nombreux avantages comme la possible **automatisation des tâches répétitives**, un **suivi en temps réel des mouvements des marchandises**, une **optimisation de la chaîne d'approvisionnement**, et une **amélioration de la satisfaction client**.

Dit autrement, automatiser les tâches de logistique permet de se concentrer sur la qualité des produits et la relation clientèle. La digitalisation peut aussi améliorer la visibilité, la planification et la collaboration tout en réduisant les coûts de transport et de stockage, et les clients sont potentiellement plus satisfaits grâce à des options de livraison flexibles, des informations en temps réel et des retours et échanges plus faciles.

Des processus plébiscités, d'autres en cours d'adoption

Malgré toutes ces avancées apportées par la digitalisation des processus, il persiste un certain nombre de processus logistiques – notamment dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement – qui sont marqués par des traitements encore trop souvent manuels, comme la lettre de voiture¹ (CMR), par exemple...

¹ Document émis par un transporteur donnant des détails et des instructions relatifs à l'expédition d'un envoi de marchandises ; il s'agit en principe du contrat de transport lui-même.

En effet, les CMR à processus manuel et papier sont souvent mal exécutés, ce qui peut entraîner une absence d'informations précises sur les produits en transit, des informations erronées, un silotage des informations et une absence de visibilité sur l'ampleur du problème. Cela peut avoir des conséquences désastreuses, comme la perte de produits en transit ou la livraison de produits endommagés ou en retard. Les processus manuels sont également sujets à des erreurs humaines, ce qui peut entraîner des coûts supplémentaires et des retards dans la chaîne d'approvisionnement.

Pour remédier à cela, les détaillants doivent donc investir dans des systèmes de gestion de la chaîne d'approvisionnement automatisés et numériques, qui permettent une meilleure traçabilité des produits et une visibilité en temps réel sur leur mouvement.



Toutes les images qui accompagnent cet article ont été générées par Lexica Aperture v2, et sont des variations autour de la consigne : «Portrait of a delivery man in front of a clothing retail store with goods on a palette, using electronic device to monitor stocks, HD, 8K, hyper realistic style », ou similaires, à un ou deux mots près.

L'épineuse question de la responsabilité

L'ensemble des acteurs de la chaîne d'approvisionnement font d'abord face à des problématiques de processus où les responsabilités ne sont pas clairement établies et/ou difficilement définissables, avec la traçabilité de leurs supports de transports (palettes, rolls, box, ...), par exemple, ou même avec les colis ou marchandises qu'ils acheminent.

Ainsi, dans une chaîne aux maillons parfois nombreux et où, par définition, les acteurs se relaient, comment identifier le moment où se perd une palette ? Où un carton est éventré ? Où un paquet est en déshérence sur une plateforme logistique ? La question est pourtant fort simple : Dans une chaîne des intervenants, qui est responsable d'un produit/support à un moment donné ?

Parce qu'elle fait appel à une notion de transfert de responsabilité – difficile à établir – cette question est longtemps restée sans réponse. C'était compter sans solution digitale résistante à tous les principaux écueils de la logistique.

En effet, les détaillants peuvent aujourd'hui collaborer avec **des partenaires logistiques comme Ownest**, par exemple, qui propose des solutions digitales inédites reposant sur **l'utilisation de la technologie NFT pour digitaliser la traçabilité des réseaux logistiques**, rétablir une relation de confiance entre les acteurs des réseaux de distribution, et améliorer l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement, qui ont déjà été déployées chez des acteurs majeurs des secteurs du Retail et du Luxe.



Et dieu créa les NFT...

Les NFT peuvent en effet améliorer la gestion logistique dans le Retail en améliorant la transparence et la traçabilité. Bien que l'utilisation des NFT dans le domaine de la logistique dans le Retail soit encore relativement nouvelle et en évolution constante, les détaillants peuvent les utiliser pour numériser et enregistrer les informations relatives aux produits et à leur parcours.

Ainsi, les NFT peuvent être utilisés pour :

- **Piloter les niveaux de stock en temps réel** ; le marché propose désormais des solutions de gestion d'inventaire pour les magasins de détail dans lesquelles les NFT sont associés à chaque produit. Cette approche est une meilleure solution que les outils digitaux existants pour permettre aux détaillants de tracer les stocks et de gérer l'inventaire en temps réel, car les NFT permettent une traçabilité unique et immuable des produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Contrairement aux systèmes de traçabilité existants qui reposent sur des bases de données centralisées qui peuvent être piratées ou modifiées, les NFT sont stockés sur une blockchain décentralisée, offrant une sécurité accrue contre la falsification ou la modification de données. Les NFT peuvent également être programmés pour activer des actions spécifiques à des moments précis, par exemple déclencher un rappel de produit ou une alerte de réapprovisionnement en fonction du niveau de stock. Cette automatisation aide à réduire les erreurs humaines et à accélérer les processus logistiques.
- **Suivre les commandes de manière transparente et sécurisée**. Les NFT sont utilisés pour enregistrer des informations détaillées sur les produits, telles que leur lieu de fabrication, les étapes de l'acheminement et les différents lieux et temps de stockages successifs éventuels, leur date de production, leur certification et leur propriétaire actuel. Cela permet une traçabilité plus précise des produits, ce qui peut être particulièrement utile dans les industries alimentaires, pharmaceutiques et autres où la qualité et l'origine des produits sont essentielles.
- **Enregistrer les détails des retours de manière unique pour chaque produit retourné**. A titre expérimental, par exemple, le fabricant de jeans Levi's a créé une série limitée de son emblématique jean 501 à l'occasion du lancement de sa nouvelle gamme conçue en coton biologique et circulose (une matière en denim recyclé et recyclable), qu'il garantit à vie grâce à une certification NFT.



« aujourd'hui, les détaillants peuvent non seulement résoudre la question du transfert de la responsabilité en améliorant la transparence et la traçabilité grâce au NFT, mais en outre s'appuyer sur cette technologie pour améliorer l'ensemble de la gestion logistique dans le Retail.

))

Ainsi, chaque jean 501 NFT est accompagné de son double digital, permettant à son acheteur de détenir la propriété exclusive du modèle, grâce à l'attribution de caractéristiques uniques et infalsifiables. Tous sont donc identifiables et peuvent bénéficier d'une réparation, si besoin, au sein du flagship parisien des Champs-Élysées.²

- Analyser les coûts logistiques associés à chaque produit. Les NFT peuvent être programmés pour inclure des informations sur les coûts associés à un produit ou à un lot de produits, tels que les coûts de fabrication, de transport, de stockage, etc. En suivant les mouvements de ces NFT à travers la chaîne d'approvisionnement, il est possible de calculer les coûts totaux de chaque produit à chaque étape du processus. Les NFT permettent donc une meilleure visibilité et une analyse précise des coûts logistiques, ce qui peut aider les détaillants à identifier les domaines où des économies peuvent être réalisées et à optimiser leur chaîne d'approvisionnement pour réduire les coûts.
- Veiller à la qualité des produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement, ce qui contribue à certifier la qualité auprès des clients et la sécurité des produits. Il existe par exemple différentes plateformes de suivi des produits alimentaires et de suivi des expéditions, qui associent les NFT à des produits spécifiques et enregistrent à chaque étape de la chaîne d'approvisionnement des informations telles que les conditions de stockage, les certifications et les inspections, garantissant ainsi la qualité des produits tout au long de la chaîne, de la production à la livraison.

² Levi's s'engage dans la technologie NFT <https://fr.fashionnetwork.com/news/Levi-s-s-engage-dans-la-technologie-nft,1363676.html>

Autre cas d'usage, Ownest et la marketplace Cdiscount collaborent depuis 2021 pour utiliser la technologie NFT pour tracer plus de 2,5 millions de colis de plus de 30kg, et à forte valeur. L'objectif est de suivre les transferts de responsabilité tout au long du parcours d'un colis, depuis l'entrepôt jusqu'au client final, afin d'identifier les responsables en cas de réclamation. Il est à noter que cette optimisation se traduit aussi par une augmentation du ROI, et dans le cas de Cdiscount aucune perte de colis, parmi ceux qui sont suivis pas la solution Ownest, n'a par exemple été constatée.³

- Tracer la responsabilité des parties prenantes sur la chaîne logistique est aussi une des fonctionnalités clés des NFT dans la traçabilité des produits. En effet si l'on attache un NFT non pas au produit, mais à celui qui en est le responsable, il devient alors possible d'établir clairement et rapidement à qui imputer la détérioration ou la perte d'un produit. Ce système permet ainsi de responsabiliser l'ensemble des acteurs qui se voient alors forcés d'être plus vigilants dans le traitement des marchandises. En identifiant rapidement les pertes ou les détériorations de produits, cela permet également de résoudre le problème des lettres de voiture non digitalisées et de faciliter la gestion des stocks. De plus, il est possible d'ajouter une photo de preuve au NFT, qui suivra le produit de bout en bout, ce qui renforce la transparence et la traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement.

³ Logistique : les NFT se mettent au service de la supply chain <https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1515783-logistique-les-nft-se-mettent-au-service-de-la-supply-chain/> Voir aussi H&M envisage la traçabilité de 200 millions de vêtements en 2022 <https://www.modeintextile.fr/hm-souhaite-assurer-tracabilite-de-200-millions-de-vetements-2022/> et H&M Group expands partnership with TextileGenesis <https://hmgroupp.com/news/hm-group-expands-partnership-with-textilegenesis/>

Une innovation essentielle pour l'amélioration des processus logistique et l'optimisation de la satisfaction client

En conclusion, les défis logistiques du Retail sont nombreux et nécessitent un équilibre entre efficacité opérationnelle et qualité de service pour les clients, et la digitalisation des processus logistiques reste un moyen efficace de résoudre ces problèmes en automatisant les tâches répétitives, en optimisant la chaîne d'approvisionnement, en améliorant la visibilité, la planification et la collaboration, tout en réduisant les coûts.

Cependant, malgré les nombreux avantages de cette digitalisation, certains processus logistiques restent encore manuels, notamment tous les sujets qui touchent à la responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement.

Mais aujourd'hui, les détaillants peuvent non seulement résoudre cette question du transfert de la responsabilité en améliorant la transparence et la traçabilité grâce au NFT, mais en outre s'appuyer sur cette technologie pour améliorer l'ensemble de la gestion logistique dans le Retail, suivre la chaîne logistique et offrir le service attendu et promis au client. En cas de litige ou problème sur un des maillons de la chaîne il sera immédiatement identifié et traité, ce qui évitera de frustrer le client par un manque de réponse ou un service de livraison défaillant.



En permettant de numériser, d'enregistrer les informations relatives aux produits et leur responsable, les NFT peuvent en effet améliorer avec agilité la gestion de l'inventaire en temps réel, aider à suivre les commandes et les retours de manière unique pour chaque produit, servir à surveiller la qualité tout au long de la chaîne d'approvisionnement, et à améliorer la visibilité et la traçabilité des opérations logistiques, et enfin apporter une solution pour surveiller les produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour prévenir la perte ou le vol de produits et vous permettre de clamer fièrement : **not on my watch!**⁴

⁴ Not on my watch; that will not happen while I am in charge or on the lookout – « Pas sous ma gouverne ; cela n'arrivera pas pendant que je suis en charge ou à l'affût. »

keyrus

New Reality

Acteur international du conseil et des technologies, Keyrus a pour mission de donner du sens aux données, en révélant toute leur portée, notamment sous un angle humain.

Parce que ce ne sont pas tant les données elles-mêmes qui importent, mais les opportunités que nous pouvons développer en les apprivoisant vraiment, nous nous efforçons constamment de comprendre les objectifs que nos clients souhaitent atteindre. Nous explorons et mesurons les comportements, nous les comprenons et les traduisons en un résultat concret. Nous donnons un sens aux réalités que les données portent afin d'aider nos clients à prendre des décisions plus efficaces.

Les données, qu'elles soient grandes, petites, humaines, complexes, historiques ou prospectives, n'ont de sens que lorsqu'elles sont utilisées pour développer les expériences, affiner la compréhension du quotidien et prendre les meilleures décisions.

Notre proposition de valeur est fondée sur cinq grands groupes de services, chacun comprenant des offres multiples :

- **Automatisation et intelligence artificielle** : nous fournissons à nos clients les moyens d'améliorer leur productivité et leur précision sur l'ensemble de leurs processus, afin de se concentrer sur le travail à plus forte valeur ajoutée.
- **Expérience numérique centrée sur l'humain** : la relation avec les clients et l'engagement des collaborateurs constituent deux des plus grands contributeurs au succès global des entreprises. Nous aidons les entreprises à imaginer et à créer des expériences numériques multimodales et fluides pour atteindre leurs objectifs.
- **Mise en œuvre des données et des analyses** : les données sont une clé incontestable du succès pour les entreprises. Lorsqu'elles sont utilisées intelligemment, elles ouvrent des opportunités uniques pour faire face aux défis actuels et futurs. Nous permettons aux organisations de déployer tout le potentiel de leurs données ; nous mettons la science des données au profit du développement de l'entreprise.
- **Cloud et sécurité** : le Cloud et les plateformes numériques ont le potentiel de révolutionner la façon dont les données sont transformées en valeur, tout en portant l'extensibilité et la flexibilité à un niveau supérieur. Nous sécurisons l'ensemble de vos données et veillons à ce qu'elles soient protégées et confidentielles.
- **Transformation et innovation** : pour prospérer dans l'écosystème actuel, chaque entreprise doit non seulement accélérer sa transformation numérique, mais aussi acquérir des compétences pour stimuler son adaptabilité, sa résilience et sa compétitivité. Nous aidons nos clients à se transformer avec succès pour développer un meilleur futur.

S'appuyant sur l'expérience cumulée de plus de 3 000 collaborateurs et présent dans 22 pays sur 4 continents, Keyrus est l'un des principaux experts internationaux en matière de données, de conseil et de technologie.

Pour en savoir plus : www.keyrus.fr

Jean-Philippe CLAIR

Directeur Marketing, Communication & Innovation Keyrus
jean-philippe.clair@keyrus.com