

Les plateformes collaboratives boostent la performance

En rendant les interactions plus fluides et transparentes, les plateformes d'échanges business-to-business (B2B) optimisent la collaboration entre acheteurs et vendeurs. Chez ces derniers, elles optimisent la performance des équipes commerciales, supply chain et comptabilité client.



Bertrand Gabriel

Le co-auteur est président et fondateur d'Acxias, agence spécialisée dans l'optimisation et la transformation digitale des achats, des approvisionnements et de la comptabilité fournisseurs avec des solutions et technologies de pointe. Acxias bénéficie d'une expertise reconnue des solutions SAP Ariba et est partenaire SAP depuis 2016. Avant de fonder Acxias, en 2007, Bertrand a travaillé chez Toshiba au Japon, Eclatec, Altran et chez Usinor devenu Arcelor puis ArcelorMittal en 2006. De formation initiale Ingénieur Insa Mathématiques appliquées, titulaire d'un Master recherche en analyse des modèles stochastiques et théorie du contrôle, il a également un diplôme Executives Insead Blue Ocean Strategy.

Joignable à l'adresse:
bertrand.gabriel@acxias.com



En complément des solutions digitales de gestion des achats et des ventes, un nouvel outil s'est imposé ces dernières années pour optimiser les relations entre partenaires commerciaux : les plateformes B2B de gestion des échanges ou « Business networks ». A l'interface entre les donneurs d'ordres et les fournisseurs, ces plateformes collaboratives facilitent les échanges de données et la gestion des transactions en automatisant les flux Source-to-pay en aval (côté achats) et Sell-to-cash en amont (côté ventes). Cela, en garantissant fiabilité, traçabilité, conformité et transparence des interactions suivant des processus et des règles de gestion prédéfinies, et à un coût maîtrisé. Elles simplifient le sourcing et la mise en relation, grâce à leur réseau référençant entre quelques milliers et plusieurs millions d'entreprises. Le Business network de SAP, positionné par IDC dans les « Leaders » de son MarketScape sur le sujet, dépasse ainsi les 6 millions de références.

Visibilité, simplicité, efficacité et conformité

Si les achats des grands donneurs d'ordres utilisent déjà largement les Business networks, de nombreuses entreprises peinent encore à franchir le pas pour leurs ventes. Les plus réticentes estiment que les retombées sont moins directes dans ce domaine. Pourtant, les avantages ne manquent pas. En étant présents sur un Business network, elles augmentent d'abord leur visibilité sur le marché sans attendre d'être sollicités dans le cadre de consultations, et peuvent répondre plus rapidement aux besoins des clients. Les vendeurs qui choisissent d'utiliser une plateforme B2B collaborative bénéficient aussi d'un routage centralisé des flux (ventes, livraisons, facturation) avec plusieurs clients, qui simplifie les opérations pour leurs équipes commerciales, supply chain et comptabilité clients, tout en sécurisant les données et en garantissant la conformité. Enfin, un Business network permet de créer un environnement propice à l'innovation, en favorisant les échanges d'idées entre partenaires

commerciaux et en facilitant la recherche de nouvelles opportunités de collaboration.

Sans forcément faire preuve de scepticisme à propos des bénéfices promis côté ventes, beaucoup d'entreprises tergiversent pour des raisons techniques et organisationnelles. Souvent contraintes de passer par plusieurs plateformes et de s'adapter aux conditions d'utilisation de leurs clients, elles ne disposent pas toujours des ressources suffisantes pour s'y adapter (intégration à leurs systèmes commercial et comptable, adaptation de l'organisation, formation, etc.). Le manque de maturité organisationnelle et l'apparition d'obstacles techniques au moment des échanges (visibilité limitée sur les transmissions, difficultés à repérer des erreurs, problèmes d'intégration des données, etc.), ajoutent de la complexité. Lorsque ces situations ne sont pas anticipées, elles freinent l'adoption et génèrent de l'incertitude. Mais l'expérience montre qu'une démarche structurée permet de sécuriser rapidement la montée en puissance. Les entreprises qui clarifient dès le départ leur organisation et définissent des pratiques communes s'approprient plus facilement la plateforme. Celles qui accordent une attention particulière au paramétrage, à la qualité des données et à l'accompagnement des équipes réduisent sensiblement les dysfonctionnements et gagnent en fluidité. L'appui d'un partenaire spécialisé peut s'avérer précieux, notamment pour les structures disposant de ressources limitées ou ne maîtrisant pas encore suffisamment les mécanismes d'un Business network.

Des relations commerciales plus agiles et pérennes

Les évolutions récentes des grandes plateformes renforcent encore leur attractivité. Certaines intègrent désormais des capacités d'intelligence artificielle permettant de générer des contenus, de recommander des actions ou de guider l'utilisateur dans ses tâches quotidiennes. D'autres intègrent des critères dédiés à la responsabilité sociétale ou introduisent des technologies comme la



blockchain pour faciliter la vérification des données sans dépendre d'un système centralisé. Ces innovations donnent aux entreprises des leviers supplémentaires pour accélérer leur transformation et construire des écosystèmes plus agiles. L'usage réel des plateformes demeure toutefois contrasté, avec des niveaux de maturité très différents. Un sondage mené récemment par Acxias montre que, si près de trois quarts des fournisseurs les utilisent de façon régulière, certains plusieurs fois par jour et d'autres plutôt chaque semaine, une partie non négligeable reste encore en retrait. Moins d'un sur cinq reconnaît en effet n'y avoir jamais recours, signe qu'une importante marge de progrès subsiste.

In fine, si les solutions de gestion des achats et des ventes restent nécessaires pour un pilotage poussé (analyse de l'activité, mesure de performance, gestion des contrats, suivi des commandes et des livraisons, pilotage financier, etc.), les plateformes B2B collaboratives accélèrent et sécurisent les interactions entre les partenaires commerciaux. Pour les fournisseurs, un Business network constitue aujourd'hui un levier stratégique, leur permettant non seulement d'accroître leur exposition commerciale et de simplifier leurs opérations, mais aussi de créer des relations commerciales plus pérennes avec leurs clients. S'approprier pleinement ce type de

plateforme digitale, en intégrant les dernières innovations proposées, assure une gestion efficace des ventes, des livraisons et de la facturation, et favorise une maturité digitale permettant de se projeter vers l'avenir.

Les plateformes collaboratives B2B offrent un environnement où acheteurs et fournisseurs automatisent et sécurisent leurs échanges. Elles renforcent notamment l'efficacité des équipes chez les vendeurs, en combinant visibilité, centralisation des flux et conformité.

Acxias est l'auteur de l'ouvrage de référence « **La Digitalisation des Achats - Enjeux, bonnes pratiques et référentiel des solutions** » : www.acxias.com/livre-digitalisation-des-achats

Acxias

Acxias est une agence spécialisée dans l'optimisation et la transformation digitale des achats, des approvisionnements et de la comptabilité fournisseurs, en mettant en œuvre des solutions et technologies de pointe. Acxias bénéficie par ailleurs d'une expertise unique des solutions SAP Ariba et est partenaire SAP.

Thierry Parisot

Le co-auteur est en charge des contenus chez Acxias, agence spécialisée dans l'optimisation et la transformation digitale des achats, des approvisionnements et de la comptabilité fournisseurs avec des solutions et technologies de pointe. Avant de rejoindre Acxias, en 2015, Thierry a travaillé comme journaliste pour les magazines professionnels « Le Monde Informatique » et « La Lettre des Achats ». Titulaire d'un DESS Informatique (Master 2) en Intelligence artificielle, obtenu à Nancy, il a ensuite suivi un cursus de formation continue aux métiers du journalisme au CFPJ et à l'EMI Paris.

Joignable à l'adresse:
thierry.parisot@acxias.com



In den letzten Jahren haben sich B2B-Kollaborationsplattformen, auch Business-Netzwerke genannt, als wichtiger Treiber für die Optimierung der Kommunikation zwischen Käufern und Lieferanten etabliert. Durch die Automatisierung des Beschaffungsprozesses (Source-to-Pay) und des Verkaufsprozesses (Sell-to-Cash) gewährleisteten sie Zuverlässigkeit, Compliance und Transparenz. Während Käufer diese Plattformen bereits häufig nutzen, zögern Verkäufer trotz der nachgewiesenen Vorteile für Vertrieb, Lieferkette und Debitorenma-

nagement: erhöhte Transparenz, vereinfachte Prozesse, Datensicherheit und Innovationsfreundlichkeit. Ein strukturierter Ansatz, unterstützt von einem spezialisierten Partner, hilft, technische und organisatorische Hürden zu überwinden. Durch die Integration von Technologien wie KI und das Angebot eines Netzwerks mit Millionen von Unternehmen entwickeln sich diese Plattformen zu einem strategischen Vorteil für agilere und nachhaltigere Geschäftsbeziehungen.