

DIGITALISATION ACHATS

La Veille acxias

DIGITAL SOURCE-TO-PAY EXPERTS

De la nécessaire maturité digitale des fournisseurs

extrait

Pour permettre aux directions des achats d'atteindre leurs objectifs de performance, la collaboration digitale avec les fournisseurs est devenue déterminante. Leur maturité dans le domaine du commerce électronique reste toutefois perfectible malgré des avantages multiples de part et d'autre.

Les entreprises ont investi massivement dans leurs systèmes d'information achats au cours des dernières décennies, et continuent de redoubler d'efforts pour intégrer les nouvelles technologies. Mais, seules, elles ne pourront atteindre leurs objectifs de performance métier. L'implication des partenaires et, surtout, leur capacité à collaborer via des plateformes numériques, sont devenues déterminantes. En interne, la collaboration digitale avec les prescripteurs/utilisateurs et les autres directions métiers (finance, logistique, juridique, qualité, etc.) se met progressivement en place. En revanche, « alors que le marché promeut le concept d'entreprise étendue depuis 15 ou 20 ans, les fournisseurs avancent timidement dans cette direction », note Marc Sauvage, président du Conseil national des achats (CNA) et directeur général adjoint en charge des achats de la Région Ile-de-France. Et ce, malgré les avantages qu'une digitalisation des interactions pourrait leur apporter : accélération des échanges et des décisions, diminution des erreurs et des litiges, réduction des délais de paiement, amélioration du suivi des dossiers, etc.



Les fournisseurs, prolongement naturel de l'entreprise

De fait, dans une enquête réalisée en 2018 par Acxias auprès d'une cinquantaine de directeurs et responsables achats, plus de deux répondants sur cinq considéraient cette maturité comme « très faible » (4 %) ou « plutôt faible » (39 %). Et aucun ne la jugeait élevée. La situation est d'autant plus alarmante que, selon Hugues Poissonnier, enseignant-chercheur à Grenoble Ecole de Management et directeur

de recherche à l'Irima, « les meilleurs fournisseurs font quasiment partie de l'entreprise, dans le prolongement des achats ». Et que, « dans leurs nouveaux rôles, les achats ont notamment pour mission de développer avec eux une relation partenariale ». L'exemple de la Région Ile-de-France, qui travaille avec de nombreux mandataires, chargés de gérer les appels d'offres et l'exécution de travaux pour plusieurs centaines de millions d'euros de marchés, est éloquent.

Lire la suite

Le baromètre Acxias, un outil unique pour évaluer la maturité digitale de vos fournisseurs

Pour mesurer la capacité des fournisseurs à interagir avec leurs clients de façon digitale, Acxias a lancé, fin 2018, un Baromètre dédié. « Nous avons une bonne connaissance du marché des solutions digitales achats et de la valeur qu'elles peuvent apporter aux organisations », explique Bertrand Gabriel, directeur d'Acxias...

Lire la suite

Pour recevoir par email le compte rendu dans son intégralité, veuillez remplir le formulaire [en cliquant ici](#)