

INTERVIEW : Thierry & Anne-Laure Mattera gérants de Malinelle.fr ! Les bénéfices du sur mesure pour votre logistique e-commerce.

[L'agence](#) [Optimiser les processus de ventes](#) [Témoignages](#)

Par Dedi | 18 mai 2018

Cette semaine, on laisse la parole à Thierry & Anne-Laure Mattera dirigeants des sites Mégacrèa, Malinelle. Rue du fil. C'est moi la plus belle et depuis quelques mois des Bretelles de Léon. Nos 2 e-commerce reviennent pour nous sur leur métier, leur relation avec les places de marché sur lesquelles ils développent leur business depuis des années et surtout : **leur logistique et comment Dedi les a aidé à optimiser leur gestion de commandes.**

Dedi – Bonjour Thierry, peux-tu nous parler de la façon de gérer la préparation de commandes au quotidien ?

Thierry – Tout d'abord, il faut savoir que l'on a 2 types de commandes : les unitaires et les multiples. Nous avons construit 2 circuits de préparation logistique en fonction de cette typologie de commande.

Quel est ton processus de commandes au quotidien ?

On a la pile de bons de livraison et picking, on va à l'emplacement correspondant, on prend le ou les produits en fonction des commandes unitaires qui ont été faites sur ce produit là. Une fois les produits récupérés, on prépare le colis avec le bon de livraison correspondant.

En définitive les commandes unitaires, c'est les commandes qui comprennent un seul produit ?

Les commandes unitaires ce sont des commandes qui contiennent une seule référence de produit. Peu importe la quantité, il peut y en avoir 1, 100 ou 1000, mais il n'y a qu'une seule référence.

Ce sont essentiellement des commandes de places de marché non ?

Ce sont généralement des commandes provenant des places de marché oui, même si les commandes de places de marché commencent à évoluer un peu.

Au final les commandes de place de marché au delà des commissions qu'ils prennent, ça a eu un impact sur ton organisation logistique ?

Oui, la place de marché est un sujet extrêmement épineux parce que c'est un choix cruel entre marge, volume, travail, etc. C'est quelque chose qui peut être remis en cause du jour au lendemain, c'est vraiment un choix difficile.

Comment ce choix de vendre sur les places de marché a-t-il impacté votre logistique au quotidien ?

J'ai fait le choix d'être le plus présent possible sur toutes les places de marché donc à ce jour on travaille sur 7 ou 8 places de marché différentes. Effectivement ça joue énormément sur la partie logistique parce que cela représente 70 à 80% des commandes unitaires avec en plus des exigences de la part des places de marché par rapport à une rapidité de traitement.

Les places de marché jouent énormément sur la partie logistique parce que c'est 70 à 80% des commandes unitaires qui sont sur les places de marché avec en plus des exigences de la part des places de marché par rapport à une rapidité de traitement.

Vos sites ont une certaine notoriété maintenant, quel avantage pour vous à continuer de vendre sur les places de marché aujourd'hui ?

C'est quelque chose qui est important sur le plan de nos investissements financiers et humains. En contrepartie, c'est aussi pour nous une volume d'achat qui nous permet d'avoir des tarifs ou des rotations dans les approvisionnements beaucoup plus souple que dans notre schéma de vente plus classique. Et puis, beaucoup des clients des places de marchés sont des clients perdus si l'on n'y est pas car ce sont des clients de place de marché et c'est tout !

Du coup, pour toucher via le site, le volume de personnes que tu atteins aujourd'hui via les places de marché, il faudrait investir des budgets marketing importants ?

Monumentaux ! Et quoi qu'il en soit même si tu investis un fort budget marketing de ton côté, leurs budgets marketing à eux seront toujours supérieurs et donc ils apparaîtront toujours avant toi, mais bon c'est le jeu !

Pour en revenir au picking, comment gérez vous ces commandes unitaires au quotidien ?

Pour en revenir au picking : unitaire c'est au minimum 100 commandes par jour, donc à chaque fois que l'on régénère un picking on va chercher dans le stock au minimum 100 commandes.

En mode serpent donc ?

En mode serpent, on ne passe qu'une seule fois pour collecter toutes les commandes de place de marché, donc en général ça nous prend 2 chariots.

Et ça pour ta gestion logistique, c'est le top ?

Oui, tout à fait. Ce modèle de gestion logistique là, nous l'avons détecté assez tôt, dès l'arrivée à l'entrepôt pour ainsi dire. Quand on est venu ici, on a eu quasiment le mode unitaire dans la foulée donc on n'a pas perçu le gain, mais on en est conscient puisqu'à chaque pas c'est de la fatigue et du temps économisé.

Peux-tu nous en dire plus sur cette gestion des colis ?

Donc là on est en mode serpent, on traite 100.150.200 commandes. Quand une personne fait la partie emballage, dans une boîte elle va trouver le produit avec son bon de commande. Donc le grand intérêt de la chose, c'est qu'au moment de mettre le bordereau de livraison on colle immédiatement l'étiquette sur l'enveloppe. Donc fait, on a une garantie quasi à 100% que l'étiquette qui est sur l'enveloppe correspond au bordereau de livraison qui est à l'intérieur.

Quel est le changement vis à vis de votre ancien mode de gestion des colis ?

Avant, il fallait saisir plusieurs fois le numéro de commande, et à chaque fois on multipliait d'autant notre risque d'erreur. C'était également une lourde perte de temps lors de l'impression, puisque tout devait être imprimé en plusieurs fois : timbres, étiquettes et bon de livraison. Désormais, tout est disponible en une seule et même fois.

On a optimisé à fond toute la partie lettre suivi avec des effets notables comme le gain de qualité en réduisant notre marge d'erreurs et en améliorant le gain de temps surtout.

Quels sont les changements pour les équipes logistiques au quotidien ?

Le gros changement pour elles a été le travail de répartition des produits. On a travaillé sur la façon de répartir nos produits dans les chariots pour le picking. Aujourd'hui, les commandes sont réparties de façon équilibrée en fonction des quantités de produits à traiter. Certaines commandes peuvent contenir 50 à 60 produits d'une même référence, et d'autres seulement 2 mais avec un poids différent ce qui est complètement disproportionné, donc on a lissé pour optimiser. Ce développement là s'est révélé très pratique et efficace.

As-tu pu noter le changement en termes de traitement de commande ?

Oui, il est même évident. Aujourd'hui, comme on n'attend pas et qu'on ne colle plus qu'une étiquette, on a estimé être passé de 100 commandes à 130 voire 150 commandes traitées par jour et par personne.

Tu penses avoir fait le tour des optimisations logistiques possibles pour ton e-commerce ?

On a optimisé à fond toute la partie lettre suivi avec des effets notables comme le gain de qualité en réduisant notre marge d'erreurs et en améliorant le gain de temps surtout. Cela nous a demandé de faire beaucoup de tests afin de traiter le bon volume de commandes.

Sur MegaCrèa, les clients ont la possibilité de commander des produits hors-stock. De notre côté, le script de traitement des commandes a été adapté pour permettre ce type de commercialisation particulière.

Quels sont les prochaines optimisations que tu envisages ?

Optimiser la gestion des lettres suivies facturées au gramme afin de réduire au maximum les coûts d'envoi. Nous souhaitons lier notre balance colis et le serveur afin d'automatiser la saisie de poids.

Y'a-t-il d'autres points que tu souhaites aborder ?

Oui, un dernier point non évoqué mais monumental. C'est la pondération du stock. Sur MegaCrèa, les clients ont la possibilité de commander des produits hors-stock. De notre côté, le script de traitement des commandes a été adapté pour permettre ce type de commercialisation particulière. Ce qu'on a fait mettre en place, c'est qu'au moment de la génération du picking, le script teste de façon unitaire les produits et vérifie si on les a. Si on a les produits, on passe en préparation. Si on n'a pas les produits pour couvrir les commandes, elles passent en attente de réception et le client reçoit un mail pour lui dire que sa commande est en attente. Cela nous a permis de ne pas traiter des commandes inutilement soit 200 à 300 commandes en attente de réception.

Au niveau de la gestion du stock comment cela se déroule ?

Ces commandes passent en attente de réception mais restent visibles au niveau des stocks produits. Ainsi quand je fais ma commande fournisseur, je valide la réception d'un produit et un script tourne pour vérifier dans les commandes en attente si certaines commandes peuvent être honorées par la réception de ce produit. Et alors on passe automatiquement en commande en paiement autorisé. On a un 2^{ème} script qui va vérifier les commandes en fonction des retours produits et en fonction des corrections manuelles du stock pour limiter les écarts.

On peut dire qu'on est vraiment sur du sur-mesure ! C'était un choix dès le départ d'opter pour une solution évolutive et adaptable ?

J'ai passé 10 ans à vendre les mérites du standard à tout le monde en expliquant à mes clients qu'il ne fallait pas prendre du sur mesure et la première chose que j'ai faite pour mon site c'est de prendre du sur mesure. Pour une raison que j'ignore totalement et que je ne regrette pas d'ailleurs ! Avec une solution standard, j'avais peur d'être limité ou au contraire d'être face à une machine de guerre. Le sur mesure s'est vite imposé à moi.

Et en quelques mots, tu peux nous expliquer ton choix de prestataire ?

Je suis arrivé chez Dedi par accident ou presque. Je cherchais un partenaire sur Lyon – réaction de chauvinisme pur et dur – et je ne souhaitais pas mettre de la distance.

Et par rapport à la solution ?

Ce qui m'a séduit, car j'avais Dedi et un concurrent potentiel, c'est que j'avais écrit un cahier des charges et que 85% de ce que j'avais écrit était intégré et on a pu ensuite capitaliser sur l'expérience et l'adapter à mon métier. Ce qui m'intéressait était d'avoir la capacité de torde le site à mon besoin et non pas mon besoin au site. Enfin, là où l'on voit le bénéfice de la solution c'est la simplicité de gestion quotidienne via le CMS Dedi qui est monumentale !

Nous remercions Thierry et Anne Laure pour leur temps. Ce sont tous les deux des e-commerçants passionnés par leur métier avec qui nous sommes heureux de voir grandir leur business en ligne jour après jour et ce depuis quelques années ! Pour découvrir leurs différents univers en ligne, vous pouvez suivre les liens suivants :

- [MegaCrèa](#), loisirs créatifs et diy
- [Malinelle](#), scrapbooking et diy
- [Les Bretelles de Léon](#), les bretelles élégances et tendances
- [Rue du fil](#), Crochet et tricot à prix dégressif
- [C'est moi la plus belle](#), bijoux et accessoires

Cette interview vous a plu ? Faites nous en part en commentaire 😊
Vous souhaitez nous parler de votre gestion logistique ?

[Contactez-nous >](#)

Ces articles pourraient aussi vous intéresser

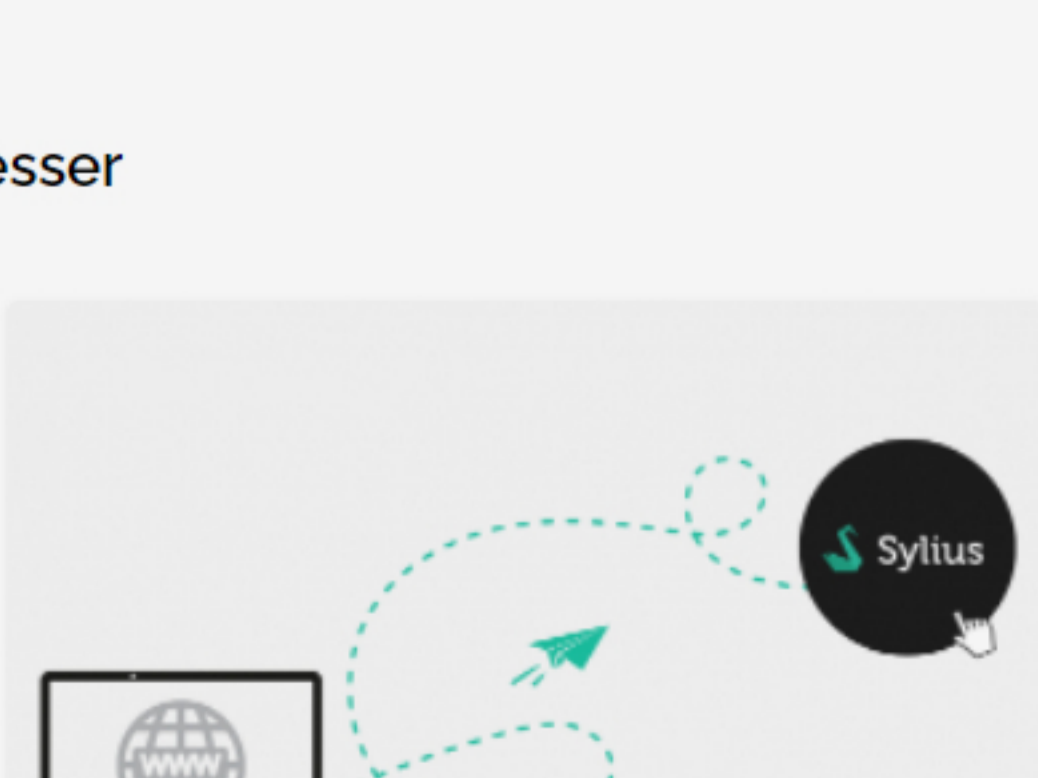


[Booster les conversions](#)

3 mars 2022

Bonnes pratiques e-commerce : comment optimiser votre tunnel d'achat ?

[Dedi](#)

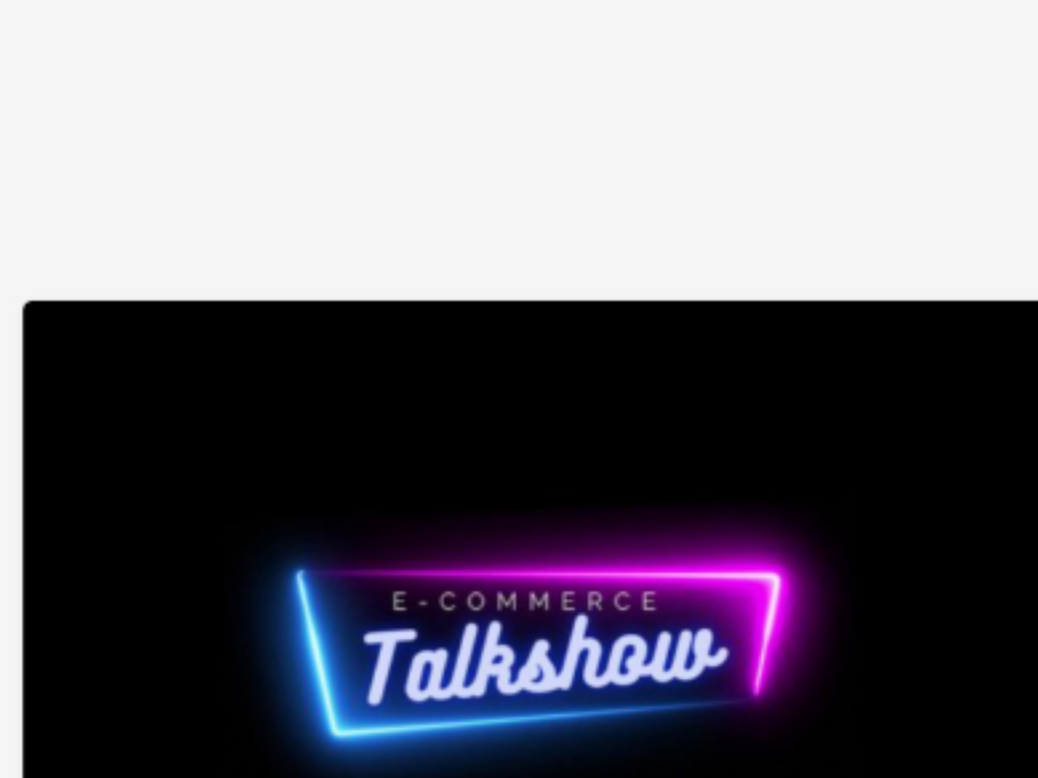


[Booster les conversions](#)

16 février 2022

Comment migrer son site e-commerce vers Syllus ?

[Dedi](#)



[Event](#)

2 février 2022

E-commerce Talkshow, l'évènement e-commerce 2022

[Dedi Agency](#)

Suivez-nous ! [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#) [Instagram](#)

Dedi.

Contact
33, rue Saint Simon
69009 LYON
France
Tél : +33 (0)4 72 87 07 54
E-mail : contact@dedi-agency.com
[Formulaire de contact](#)

Syllus : agence e-commerce Syllus

Informations
[Contactez-nous](#)
[Plan du site](#)
[Mentions légales](#)
[Politique de confidentialité et gestion des cookies](#)
[Création site internet](#)

HubSpot : Agence certifiée

Catégories
[Booster les conversions](#)
[Développer la notoriété](#)
[Piloter l'activité e-commerce](#)
[Travailler l'expérience client](#)
[Optimiser les processus de ventes](#)
[Boîte à outils](#)
[Logiciel](#)

© 2021 Dedi agency

