avril 2018

Orexad

Des investissements de plus en plus stratégiques

Disposant de 45 000 m2 de stockage, la logistique est un véritable enjeu pour Orexad qui poursuit ses investissements dans ses plates-formes pour en améliorer la performance. L'objectif est d'assurer un approvisionnement en 24/48h, sur près d'un million de références produits disponibles, aux 100 000 clients du réseau.

Considéré comme un véritable « deuxième métier » par Orexad, la montée en puissance de la logistique est un des grands enjeux du groupe pour les années à venir.

Aujourd'hui, le dispositif logistique d'Orexad s'articule autour de la plate-forme nationale de Ploisy (02) qui gère de façon entièrement automatisée 100 000 articles sur 18 000 m^2, et de plates-formes régionales spécialisées dans l'acheminement ou le sur-mesure (Vénissieux, Saint-Étienne de Rouvray, Valenciennes, Landerneau, Bondues, Saint-Jean de la Ruelle). Au total, ce sont près de 45 000 m^2 de capacité de stockage qui sont développés. Cette organisation soutient la totalité des agences de proximité, permettant de servir l'ensemble des clients partout en France et dans les meilleurs délais. « *Le maillage de nos plates-formes est au moins aussi important que celui de nos agences. L'objectif est commun : garantir une haute qualité, disponibilité et réactivité dans l'approvisionnement de nos clients. Dans ce sens, l'optimisation de la supply-chain est un réel axe stratégique dans le développement de notre réseau* » précise Bruno Costel, Directeur Logistique d'Orexad.

Un process sans cesse optimisé

Pour les agences, cette organisation est considérée comme l'un des outils leur permettant de rester concentrées sur leur cœur de métier et de satisfaire les attentes de leurs clients, particulièrement les grands industriels. L'alliance récente formée avec Brammer donne également les moyens à Orexad de répondre à la volonté des grands groupes de mutualiser et concentrer leurs achats, ce qui implique une très forte agilité dans la gestion de la supply chain avec des projets d'interconnexion des plates-formes respectives.

Cette démarche passe aussi par des investissements constants, permettant aux plates-formes de monter en puissance avec une offre toujours plus complète, en s'appuyant sur des process performants. « *Nous développons annuellement près de trois millions de lignes de commandes expédiées sur près d'un million de références produits disponibles !* » ajoute Bruno Costel. Concrètement, toute commande doit être livrée en 24/48h. Côté innovation, sur la plate-forme de Ploisy, un « management visuel » du colis a été mis en place, avec des étiquettes de couleur pour chaque délai de livraison. Un système lumineux signale toute anomalie et déclenche l'intervention d'un préparateur volant, chargé de résoudre le problème. Ploisy s'est aussi équipé d'une nouvelle génération de pistolet radiofréquence. Fixé sur l'avant-bras, c'est l'index qui déclenche le laser. Le dispositif est plus léger et il laisse les deux mains libres, ce qui permet de gagner en ergonomie et en confort de travail.

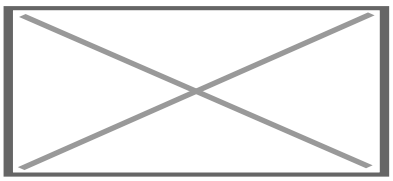
Par ailleurs, un système de chargement automatique par convoyeur des colis a été installé directement dans les camions, évitant de constituer des palettes. « *Cette solution génère un gain de 30% de place supplémentaire dans les camions, ce qui permet également d'en simplifier le chargement. Un moyen de renforcer notre certification ISO 14001.* » Cette amélioration permet à Orexad d'accéder à la première plate-forme 100% mécanisée de France, opérée par TNT à Tremblay en France. Une commande peut être traitée

jusqu'à 21h et sa livraison garantie le lendemain sur l'ensemble du territoire.

Dans l'avenir, face au développement des usages du numérique et des attentes des clients, l'objectif est encore de réduire les délais de livraison. Déjà, le site internet orexad.com totalise à lui seul plus de 130 000 références disponibles en temps réel et livrées dans la majeure partie des cas à J+1. Conçu initialement pour offrir souplesse et réactivité dans leurs achats, il est, selon l'enseigne, intégré par les clients dans leur process de commande. Plus largement, les équipes informatique et logistique des différentes sociétés européennes du Groupe IPH travaillent sur un process qui rendra très prochainement accessible l'ensemble des stocks à l'échelle européenne. « *Les grands défis à venir pour Orexad résident dans la maîtrise de la haute disponibilité de l'offre produits, la conformité de la commande et le raccourcissement des délais de livraison.* »

Agnès Richard

Cap Client



En début d'année, le groupe Orexad a lancé Cap Client, une grande enquête de satisfaction nationale menée auprès d'une « sélection aléatoire mais représentative » de ses clients. Ces derniers sont invités à répondre à un court sondage pour exprimer leur niveau de satisfaction globale et donner leur avis sur certains aspects du partenariat qui les lie à Orexad. « L'objectif est d'avoir un projet collectif de l'ensemble des fonctions commerciales, supports et logistiques de l'entreprise pour améliorer la satisfaction client. Ce programme permettra d'identifier nos axes de progrès par l'écoute et la compréhension de leurs problèmes. C'est une démarche essentielle pour nous améliorer sur ce qui compte vraiment pour eux » explique Pierre Vanstoflegatte, PDG de Orexad.

Concrètement, cette enquête consiste à demander à un panel de clients s'ils recommanderaient la société Orexad à leurs connaissances et d'évaluer, par une note de 0 à 10, la performance globale de la société. Le reste du questionnaire porte sur des questions spécifiques : la réactivité des équipes, la qualité des conseils techniques, les délais de réponse.
300 clients sont interrogés chaque mois au niveau national par un centre d'appels indépendant, soit une vingtaine de clients par région. A l'issue du sondage, les clients mécontents sont contactés dans les jours qui suivent. Les résultats sont diffusés en interne chaque mois en mettant en avant les bonnes pratiques et les initiatives tant locales que nationales. Cette démarche d'amélioration continue est appelée à s'installer sur le long terme. « Avec Cap Client, la satisfaction client devient le sujet de tous les collaborateurs Orexad. C'est un moyen pour transformer en profondeur l'entreprise avec pour ambition de devenir la référence du marché pour nos clients. C'est donc un projet stratégique d'entreprise, un levier clé pour la faire évoluer. »

Chiffres clés

Près de 200 agences en France
2 260 collaborateurs
1 500 commerciaux professionnels de la maintenance industrielle
10 000 fournisseurs partenaires
1 million de références produits
Environ 640 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017