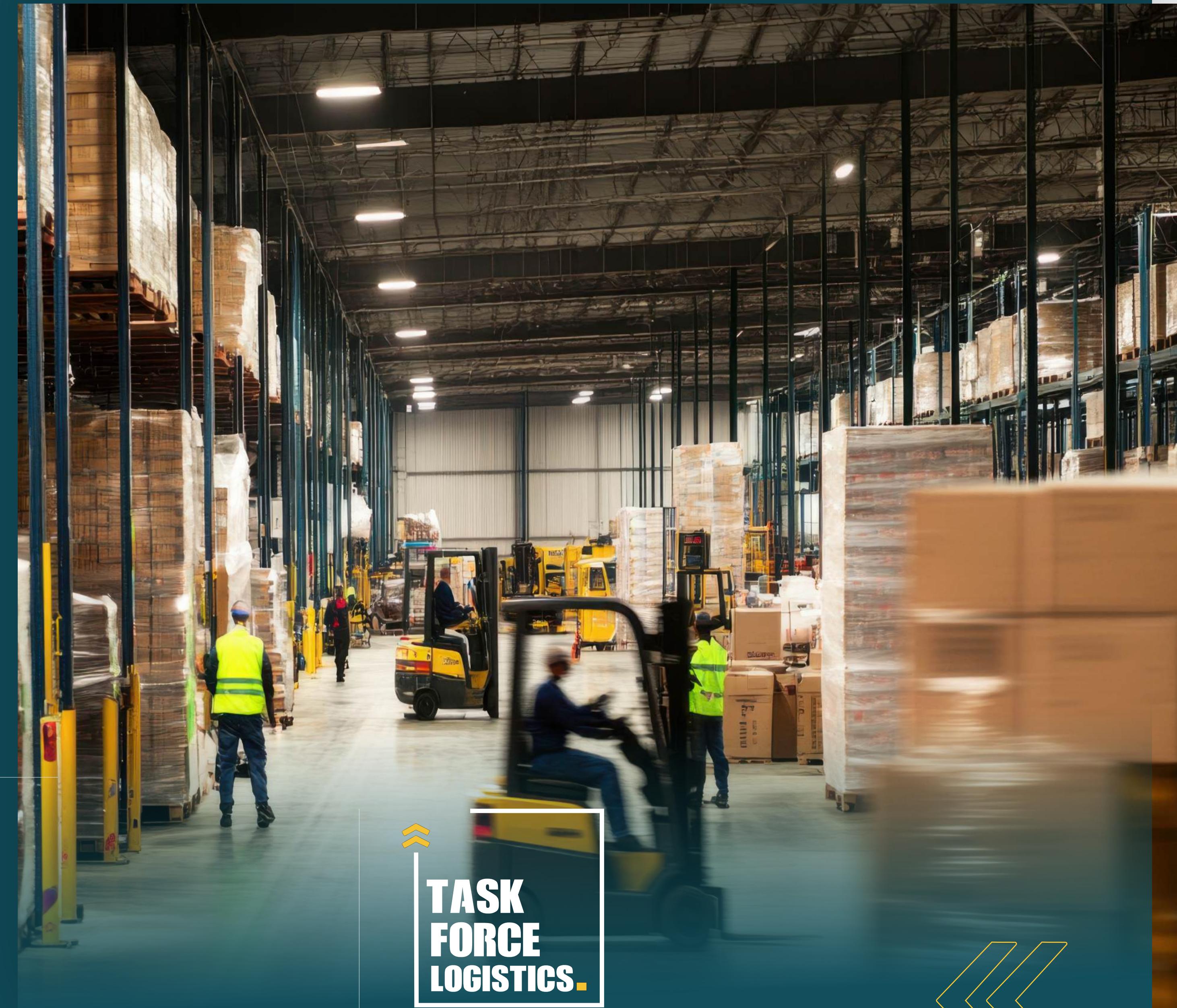




RESTAURER LA PERFORMANCE D'UN SITE E-COMMERCE EXTERNALISÉ :

Optimisation de 7%
du coût colis logistique
sur 6 mois

[Case study.] Mission de Client's Representative



Une unité d'élite pour
des Opérations Spéciales en logistique.



1.CONTEXTE

Un acteur majeur du e-commerce BtoC, spécialisé dans la vente en ligne de textile, connaît une croissance de +35 % en deux ans. Pour accompagner cette montée en charge, l'entreprise a confié à un prestataire logistique* (3PL) la gestion complète d'un entrepôt de 30 000 m².

Sur un modèle multi-canaux (BtoC, click & collect et marketplaces), l'installation traite chaque semaine : 250 000 unités réceptionnées & 15 000 à 20 000 commandes expédiées par jour.

Mais à la suite d'un doublement des volumes pendant la dernière peak season, plusieurs alertes apparaissent :



Dérive du taux de service client



Hausse des coûts variables (+9 %)



Manque de visibilité sur les indicateurs contractuels



Tensions croissantes entre le siège et le site presté



*Budget annuel d'externalisation : 9,5M€, incluant la main-d'œuvre, les consommables, les prestations de transport et les coûts de structure.

2. DÉFIS À RELEVER

Face à la dégradation progressive des performances et à la perte de visibilité sur le terrain, la direction Supply Chain a fait appel à Task Force Logistics pour le **déploiement in situ d'un de leurs Client's representative (CR)**.

Comme dans toute opération militaire, la mission a été formalisée en trois consignes claires, transmises comme un ordre de mission :

Reprendre le contact avec le terrain

- » Observer sans juger, écouter avant d'agir, comprendre les contraintes du prestataire pour mieux les recadrer.
- » Cartographier les flux, identifier les points de rupture et rétablir la chaîne de commandement locale.

Réinstaurer la rigueur et la lisibilité du pilotage

- » Reconstituer les faits, objectiver les performances, ramener des données là où il n'y avait plus que des impressions.
- » Redéfinir les règles du jeu : qui fait quoi, comment, et avec quels indicateurs.

Protéger les intérêts du client sans casser la coopération

- » Être exigeant mais juste, ferme mais loyal, tout en veillant à toujours rendre compte.
- » Restaurer une relation de travail basée sur le respect mutuel, la clarté et la performance.

Les objectifs assignés étaient sans ambiguïté :

- » Ramener le taux de service client au-dessus de 99,5 %.
- » Identifier 5 à 8 % d'économies sur le coût logistique global.
- » Réduire les erreurs de préparation de 70 %.
- » Rétablir un dialogue constructif entre le siège et le prestataire avant la prochaine peak season.

3. STRATÉGIE MISE EN OEUVRE



Le Client's Representative a abordé cette mission comme une prise de terrain avec comme raisonnement celui que la performance logistique, comme la performance militaire, repose toujours sur trois piliers indissociables : les Hommes. les Équipements. les Process.

Tout déséquilibre entre ces trois piliers affaiblit le dispositif : perte de cadence, désengagement des équipes et hausse des erreurs.

La mission a donc consisté à remettre le site sur ses fondamentaux, selon une démarche simple, lisible et disciplinée **en 5 étapes : Comprendre, Trancher, Tester, Ajuster et Déployer.**

Et à chaque étape, mesurer les effets sur la performance chiffrée, mais aussi sur la perception de la Direction Supply Chain ainsi que sur le moral des troupes du prestataire 3PL sur le terrain.

3.1. COMPRENDRE : Observer sans interférer

- » Observation quotidienne des zones clés pour confronter les données à la réalité terrain.
- » Cartographie des flux et des points de rupture afin de visualiser la chaîne logistique complète.
- » Entretiens individuels avec les chefs d'équipe et les opérateurs pour identifier les irritants.

“

Voir, c'est savoir.
Savoir, c'est pouvoir agir.”

Adage du renseignement militaire

3.2. TRANCHER : Dire les choses, décider, recadrer

- » Revue exhaustive des responsabilités et clarification immédiate des zones d'ambiguïté.
- » Suppression de pratiques non productives : reporting doublonné, validations inutiles, réunions vides.
- » Réaffirmation du rôle du prestataire, du client et du CR dans la chaîne de décision quotidienne.

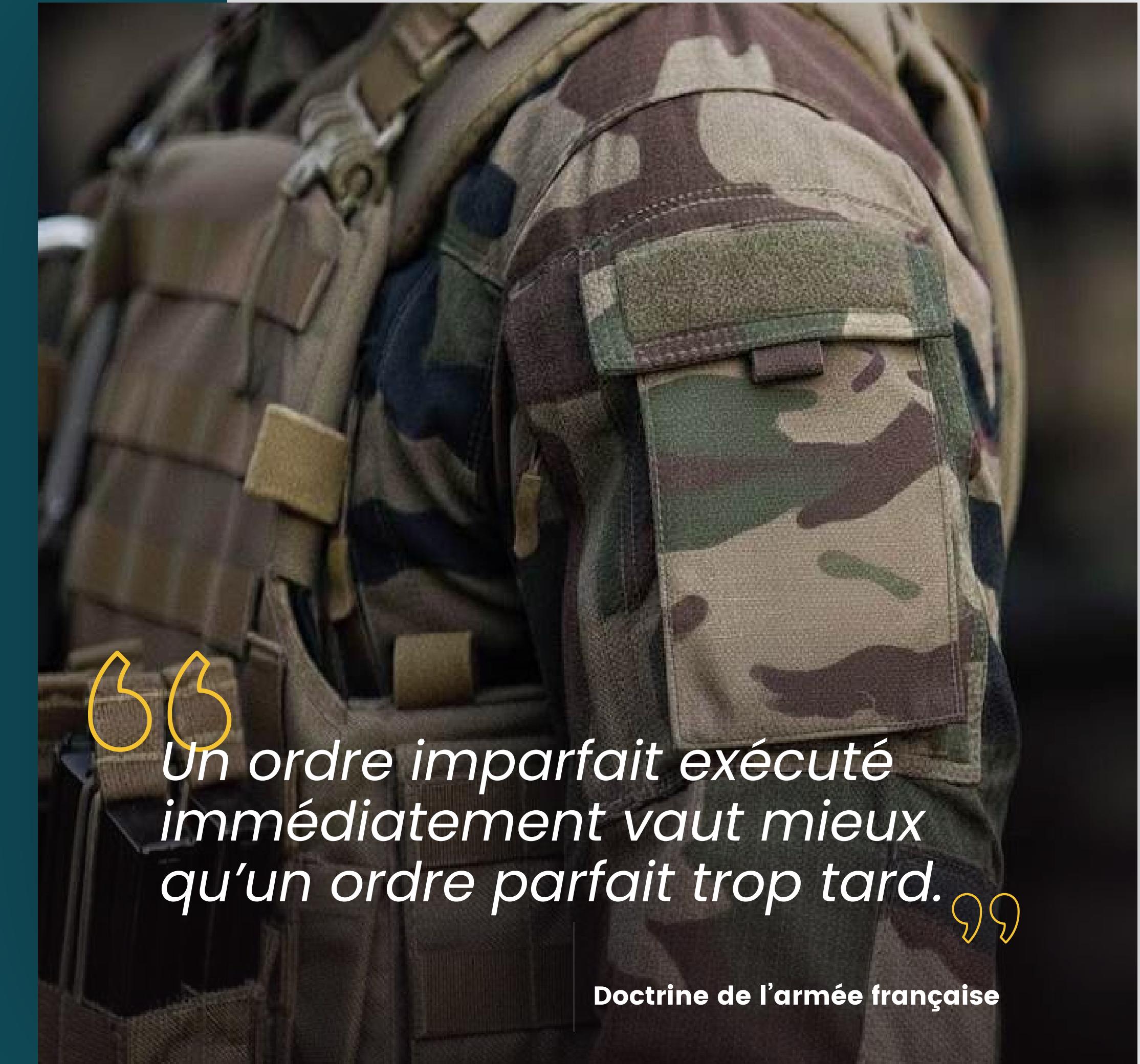
“

L'hésitation est plus périlleuse que la décision.”

Maréchal Foch

3.3. TESTER : Agir vite, sur un périmètre maîtrisé

- » Lancement de pilotes sur une ligne de préparation et une zone d'expédition à fort volume
- » Simplification des séquences de picking et réduction des déplacements superflus entre zones
- » Expérimentation de nouveaux rituels de briefing pour rythmer et synchroniser les équipes



3.4. AJUSTER : Corriger sans tout remettre en cause

- » Analyse quotidienne des écarts entre performance attendue et performance réelle par indicateur
- » Accompagnement terrain des chefs d'équipe pour renforcer leur posture de commandement
- » Ajustement des plans de charge et équilibrage des ressources en fonction des flux réels

“
S'adapter, c'est dominer.”

Devis de la 7^{ème} Brigade blindée

3.5. DÉPLOYSER : Institutionnaliser ce qui marche

- » Extension des bonnes pratiques validées aux 100 % des zones opérationnelles du site
- » Mise en place d'un rituel de pilotage quotidien simple : brief, point flash, débrief structuré
- » Transmission d'un plan de continuité clair au tandem client-prestataire pour pérenniser les gains

“
La discipline transforme la répétition en maîtrise.”

Adage des Écoles de Saint-Cyr

4. RÉSULTATS OBTENUS

Le Client's Representative n'a pas apporté de "nouvelle méthode". Il a reposé les bases du commandement opérationnel : observer, décider, exécuter, contrôler.

En six mois, le site a retrouvé son équilibre entre rigueur, rythme et confiance, condition indispensable à la performance durable.

Indicateur	Avant mission	Après mission	Évolution
Taux de service client	97,2 %	99,6 %	+2,4 pts
Taux d'erreur préparation	97,2 %	99,6 %	+2,4 pts
Coût colis logistique	1,050 €	0,976 €	-7 %
Litiges client / prestataire	12 / mois	4 / mois	-67 %
Satisfaction client interne Supply Chain	4,2 / 10	7,1 / 10	+69 %

Résultats

- » Budget dépensé sur la mission de 6 mois (honoraires du Client's representative & frais de mission + frais) : **150k€**
- » ROI : **+6,9 %** d'économies nettes sur le budget logistique annuel, soit un gain direct de près de **572k€** en année pleine.



5. FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- » **Leadership de terrain** : posture issue du commandement militaire, présence, exigence, exemplarité.
- » **Pilotage par la donnée** : indicateurs simples, factuels, partagés en temps réel.
- » **Neutralité & exigence** : un tiers de confiance qui protège les intérêts du client sans fragiliser le prestataire.
- » **Communication claire et ascendante** : des faits, pas d'émotions – un reporting utile à la décision.

“Le Client's Representative a su redonner du rythme, de la visibilité et de la rigueur à la prestation. En six mois, nous avons retrouvé un site fiable, apaisé et performant.”

Laurent, Directeur Supply Chain France

6. OUVERTURE

[Task Force Logistics.] intervient avec un ADN militaire aux côtés des Entreprises qui font face à des situations business critiques, et ce au travers de 4 briques de services :

Management de transition

- » **Soutien lors de démarrage**
- » **Renfort de la direction**
- » **Appui lors de pic d'activité**

Conseil opérationnel

- » **Audit d'organisation**
- » **Diagnostic de performance**
- » **Intelligence stratégique**

Client's representative

- » **Contrôle du niveau de service**
- » **Inspection & redressement**
- » **Interface client-prestataire**

Gestion de projet

- » **Création/Transfert de site**
- » **Refonte de processus**
- » **Déploiement de technologies**

Quelques clients



POUR EN
SAVOIR PLUS.



ou
Scannez

Rendez-vous sur :

www.taskforcelogistics.fr