



CANDIDAT

FORUM DES ROIS DE LA SUPPLY CHAIN 2013

DOSSIER 15

SOCIETE UTILISATRICE	
Nom de la société :	KIALA
Secteur d'activité	Logistique Livraison en Relais
Chiffre d'affaires annuel	50 M€ environ (2011)
Effectif	Plus de 200 collaborateurs
Nom et fonction du représentant (signataire du document)	
N° de téléphone	
e-mail	
SOCIETE PARTENAIRE	
Nom du partenaire (qui a fourni tout ou partie de la solution)	
Nom du représentant (signataire du document)	
N° de téléphone	
e-mail	
PROJET réalisé depuis 2010	
1. Problématique	Kiala Click & collect Permet aux enseignes multi-canal de promouvoir leurs boutiques physiques et de les intégrer dans la stratégie e-commerce de l'enseigne.
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<ul style="list-style-type: none"> - Solution réseau : Intégration des boutiques de l'enseigne dans le réseau de Relais Kiala et prise en compte de la zone de chalandise des boutiques de la marque. Kiala gère ainsi un sous-réseau logique Kiala spécifique à la marque. - Solution technologique : mise à disposition par Kiala en mode SAAS de sa technologie distinctive de suivi des encours et du tracing des colis pour les boutiques de la marque qui sont «relais internes » de la marque. - Solution transport : livraison des boutiques de la marque par Kiala dans le cadre de son plan de transport, notamment la boucle locale.
3. Objectif	<p>Le « Kiala Click & Collect » permet aux enseignes de distribution et aux marques qui déploient une activité multi canal de bénéficier du savoir faire de Kiala pour ouvrir des relais dans les magasins et boutiques de leur enseigne afin de permettre aux clients de leur site marchand de venir y retirer leurs colis.</p> <p>Cela leur permet de générer un trafic additionnel qui contribue à augmenter la rentabilité de leur activité e-commerce.</p> <p>Kiala Click & Collect est un modèle qui est source de croissance et d'économies de coûts pour les enseignes ou marques.</p> <p>Elle permet de s'assurer qu'un réseau de relais ne vienne pas pénaliser la livraison E-Commerce en boutiques.</p>
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	Cette solution permet aux marques et aux enseignes de distribution de faire cohabiter la livraison des commandes en ligne dans leur réseau de boutiques avec les Relais Kiala.

	Ainsi, le réseau de Relais Kiala et celui des boutiques sont articulés pour fournir le maximum de synergies (service au client final, optimisation des coûts pour la marque).
5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	Le Kiala Click & collect peut être une offre Européenne de Kiala. Paramétrage de la liste de suggestions de Relais Kiala : -Ajout des boutiques des enseignes à la liste de suggestions de Relais Kiala et géolocalisation. -Technologie Transport et tri -Gestion des points relais sur la carte Google : -Non suggestion des Relais Kiala trop proches des boutiques de l'enseigne -Capacité à gérer la zone de chalandise
6. Date de mise en œuvre	2011
7. Durée de la mise en place	Durée d'implémentation courte ; facilité d'intégration.
8. Nombre d'utilisateurs concernés	De grands clients aux Pays Bas ; de plus en plus de grandes enseignes en France.
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	Aucune ; grâce au retour d'expérience d'un grand client Hollandais : De Bijenkorf (équivalent des Galeries Lafayette)
10. Résultats obtenus (qualitatifs et quantitatifs)	L'impact positif de « Click & Collect » pour les marchands : <ul style="list-style-type: none"> • Facilité : Pas de risques ni de lourds investissements. Possibilité d'utiliser une technologie « clés en main » éprouvée et facile à intégrer. Kiala gère la complexité d'intégration. Cohérence des processus opérationnels pour le service client Formation et support du personnel des boutiques, en direct par Kiala. • Réduction des coûts : Livraison en relais moins coûteuse que la livraison à domicile. Vous augmentez la pénétration du service de livraison en relais. Aucun coût de développement et de maintenance.
11. R.O.I. estimé	Le consommateur multi-canal dépense 42% en plus par commande : ROI significatif: les boutiques deviennent relais et bénéficient ainsi d'achats combinés conséquents.
12. Perspectives d'évolution	Adaptables au M commerce etc ... sans limites à date.
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	Valorisation des boutiques et coûts réduits pour l'enseigne: Motivation des boutiques et ventes supplémentaires. Association des boutiques à la stratégie de vente sur Internet. "Cross selling"/ "Up selling" important lors du retrait d'un colis. Attire les internautes dans les boutiques physiques.
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	Le Click & Collect est innovant : la capacité d'innovation de Kiala est l'une des raisons qui a conduit le leader mondial UPS à acheter Kiala en 2012 et en faire son

	Centre de Compétence Mondial en matière de relais.
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ? (Si oui, précisez)	Le Click & collect, comme le mode de livraison en relais Kiala, permet de réaliser des économies de Co2 car les flux sont mutualisés et il n'y a pas d'échec de livraison contrairement au mode de livraison à domicile.