

SOCIETE UTILISATRICE	
Nom de la société :	ORANGE
Secteur d'activité	Opérateur téléphonie
Chiffre d'affaires annuel	43,5 milliards d'euros
Effectif	170 000
Nom et fonction	
N° de téléphone	
e-mail	
SOCIETE PARTENAIRE	
Nom du partenaire	CHRONOPOST
Nom du représentant	
N° de téléphone	
e-mail	
PROJET réalisé depuis 2011	
1. Problématique	La livraison des particuliers à domicile est un enjeu majeur de satisfaction client. Cependant en moyenne une livraison sur cinq ne peut aboutir à cause d'un destinataire absent ou d'informations incomplètes (adresse, code porte...) Cette situation entraîne : des traitements SAV complémentaires chez Orange, des mises en place d'alternatives en termes d'instance ou de relivraison chez Chronopost et de l'insatisfaction des clients destinataires.
2. Solution mise en œuvre (type d'organisation, de logiciel, d'équipements, autres...)	<p>Organisation chez Chronopost : Mise en place d'une équipe projet de 10 personnes (tous métiers confondus).</p> <p>- Outils :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création d'une application online permettant au destinataire, à l'expéditeur, de prendre la main sur leur livraison et de transmettre leurs instructions. • Création d'une application interne (logiciel) permettant aux opérationnels de traiter en agences les envois avec instruction. • Modification de la plateforme d'envois des notifications (mise en place de l'interactivité, personnalisation des emails, ajout de process spécifiques) • Evolution des outils pour le traitement des colis en agence (outils scan, SAV, bordereau de livraison...) et des outils chauffeur (PDA) afin de tenir compte de l'instruction client • Evolution de l'application du Service Client pour la prise en compte des instructions par téléphone et transmission aux agences concernées. <p>- Organisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réorganisation de la préparation de tournée de distribution pour traiter les instructions de livraison le matin / Déstocker les instructions du soir le matin • Création en agence de zones de stockage, pour livraison jusqu'à J+6 • Réorganisation du pôle support en agences et au Service Client afin de s'adapter aux diminutions du nombre de traitement SAV à réaliser <p>Organisation chez Orange :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Transmission des N° de téléphone et e-mails des destinataires à Chronopost, avant 20h (transfert EDI).
3. Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer un service de livraison Premium à ses clients, sans aucun impact logistique ou de coûts de mise en place pour Orange, - Diminuer le nombre de livraisons non-réussies lors du passage du chauffeur, - Diminuer le nombre d'appels entrants auprès du service clients Orange, - Augmenter la satisfaction des clients Orange, pour générer plus de fidélisation
4. Description de l'application (20 lignes maxi)	<p>La Livraison Interactive, permet au destinataire de reprogrammer sa livraison. Il reçoit la veille de la livraison un e-mail et SMS pour l'avertir de sa livraison. Il peut ainsi choisir parmi différentes options (il a jusqu'à minuit pour donner une instruction) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ne pas répondre et bénéficier d'une livraison le lendemain comme prévu - compléter ses informations de livraison afin de garantir une livraison réussie

	<p>(code porte, complément d'adresse...).</p> <ul style="list-style-type: none"> - demander une relivraison jusqu'à 6 jours (samedi inclus) - demander une mise à disposition dès le lendemain dans le point de retrait de son choix, parmi plus de 16 000 points (bureaux de poste, relais Pickup et agences). <p>En cas d'instruction donnée, un email de confirmation est envoyé au destinataire afin de lui confirmer la bonne prise en compte de sa demande.</p> <p>Cette solution est disponible dès la veille de la livraison, mais également en cas de première livraison non réussie.</p>
5. Périmètre de l'application (fonctions, pays, sites, populations... concernés)	<ul style="list-style-type: none"> - Concerne les livraisons en France métropolitaine uniquement. - Populations : service disponible pour tous les acteurs BtoC (e-marchands, vepécéistes...).
6. Date de mise en œuvre	<ul style="list-style-type: none"> - phase pilote sur la période de Novembre 2012 à Février 2013 - Démarrage de la prestation sur l'ensemble des clients Orange le 26/02/2013.
7. Durée de la mise en place	Mise en place du projet : 18 mois. / Phase pilote : 3 mois
8. Nombre d'utilisateurs concernés	40 000 à 50 000 colis par mois sont concernés chez Orange.
9. Difficultés rencontrées et réponses apportées	<p>Vision Orange : pas de difficultés rencontrées.</p> <p>Vision Chronopost : évolution des process opérationnels (préparation de la distribution / tournées de livraison...). Solutions : conduite du changement/ formation et mise en place d'outils le plus automatisés possibles.</p>
10. Résultats obtenus (qualitatifs <u>et</u> quantitatifs)	<p>« Ce service permet d'offrir plus de services à nos clients pour leur faciliter la vie .en leur offrant plus de souplesse sur le choix de la date de livraison. La livraison interactive contribue à notre objectif n°1 : la satisfaction client »</p> <ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de 8% du taux de 1^{ère} livraison réussie - En moyenne, 7% des clients Orange donnent des instructions de livraison (parmi ceux ayant reçu un message interactif) avant le départ du chauffeur en livraison. - 30% des clients Orange donnent des instructions de livraison en cas de livraison non réussie (code porte manquant, adresse incomplète...). <p>25% d'entre eux reprogramment une livraison à domicile et 75% préfèrent une livraison dans un point de proximité (relais ou agence Chronopost).</p> <ul style="list-style-type: none"> - 85% des destinataires ayant reçu un SMS et e-mail proposant de reprogrammer leur livraison trouve le service intéressant (notre globale de satisfaction de 7.85)
11. R.O.I. estimé	<ul style="list-style-type: none"> - Réduction du taux d'échec à la livraison de 30% - Division par 2 du nombre de traitements SAV chez Chronopost - Baisse du nombre de retours pour Orange
12. Perspectives d'évolution	De nouvelles options permettant d'accroître une première livraison réussie seront bientôt proposées et un déploiement du service au niveau européen est prévu.
13. En quoi cette solution est-elle innovante ?	Ce service unique en France remet le destinataire au cœur du processus de livraison. Il peut devenir acteur de sa livraison.
14. En quoi le projet a-t-il impacté les performances de l'entreprise ?	Diminution des coûts indirects liés à la livraison, notamment le nombre d'appels entrants auprès du service clients et du traitement SAV des colis non livrés sans qu'il y ait un impact logistique.
15. Le projet a-t-il une dimension développement durable ?	La Livraison Interactive permet de réduire les émissions de CO ₂ en diminuant le nombre de tentatives de livraison. Pour Orange, 3150 colis en moyenne par mois ne sont pas transportés inutilement.