mapo | Un produit de l'entreprise **Woop**

CAS CLIENT

Témoignage MONDIAL RELAY

TÉMOIGNAGE

Mondial Relay

Poursuivre sereinement une croissance à deux chiffres dans le contexte de l'explosion du e-commerce

Données clés :

- Secteur : Transport e-commerce,
- 500 tournées quotidiennes en véhicule utilitaire 20m3 pour environ 9000 Points Relais ® en France,
- 23 agences en France,
- Collecte et livraison de colis en Points Relais ®,
- Utilisateur de Mapo depuis 2018.

"En plus de gains chiffrés l'optimisation de tournées avec Mapo nous ouvre à de nouvelles réflexions stratégiques."

Julien GOEMAN,
Responsable Domaine Progiciels chez Mondial Relay.

Bénéfices de la numérisation de la gestion de tournées, Mondial Relay

Gestion manuelle des tournées	Gestions des tournées avec Mapo
Préparation chronophage des plans de tournées.	Gain de temps et **réallocation de la compétence des managers sur la logistique.**
Méthodes de gestion des tournées hétérogènes.	**Homogénéisation des méthodes de gestion des tournées, apprentissage rapide entre sites.**
Pas de prise en compte des variables métiers lors de la construction des plans de tournées.	**Intégration des variables métiers. Les premiers résultats d'analyse donnent en moyenne un gain de 5 à 10% par rapport aux tournées existantes.**

« Très ergonomique, 2 heures suffisent à nos managers pour s'imprégner de la philosophie de Mapo. »

1. Le contexte

Créé en 1997, **Mondial Relay est aujourd'hui le plus grand réseau européen de livraison e-commerce**. La société travaille avec plus de 55 000 e-commerçants et possède en France un réseau de 9000 Points Relais®.

Mondial Relay propose des offres de livraison B2C (e-commerçants/particuliers) diversifiées : livraison en commerce de proximité (Points Relais®), livraison à domicile sur rendez-vous et retrait en Drive pour les colis de plus de 70 kgs. De plus, la société développe son service de livraison C2C (entre particuliers).

Ce positionnement permet à la branche Mondial Relay Point Relais® de compter aujourd'hui **950 collaborateurs, 125 millions de colis acheminés et 287 millions de chiffres d'affaires annuel**.

2. Gérer des tournées de livraison à très forte variabilité, particulièrement en zone urbaine

Les tournées de Mondial Relay sont soumises à des variations inhérentes à son marché, notamment à travers l'explosion du e-commerce. Cette tendance offre à Mondial Relay de belles perspectives de croissance mais aussi un volume de colis de plus en plus important à gérer. Par ailleurs, **les tournées doivent être régulièrement optimisées du fait des ouvertures de Points Relais® qui permettent d'élargir le réseau de distribution et d'étendre le maillage du territoire**.

Lors de notre entretien avec Julien Goeman, Responsable Domaine Progiciels, celui-ci est revenu sur le contexte des tournées de Mondial Relay :

« ***Mondial Relay est commissionnaire de transport.*** *Nous faisons donc appel à des prestataires pour gérer le transport des colis au départ de nos agences régionales.* ***Chaque tournée se compose généralement de 15 à 20 Points Relais® à livrer. Notre réseau est en constante évolution de part l'ouverture quotidienne de nouveaux Points Relais® ou encore à travers la cession d'activité de certains commerces.***

Concernant les variables d'optimisation nous retrouvons : ***l'horaire d'ouverture des Points Relais®, la durée de la livraison, la capacité du véhicule et enfin la possibilité d'éviter les routes à péages.*** »

3. La gestion des tournées de Mondial Relay avant Mapo

« ***Avant, chaque agence gérait ses tournées suivant sa propre méthode. De ce fait, notre process de gestion des tournées était très hétérogène***. *Certains utilisaient des cartes routières, d'autres des outils gratuits, ou encore l'expérience du livreur.* »

4. Les enjeux

Recentrer la compétence des managers de site sur la logistique et mieux prendre en compte les données terrains :

« *Nous rencontrions diverses problématiques à utiliser ces méthodes hétérogènes pour réaliser nos plans de tournées. Première problématique,* ***la préparation de nos plans était très chronophage***. *Nous perdions beaucoup de temps à simplement préparer les données extraites de notre ERP en les retravaillant sur tableur. Ce temps perdu n'était donc pas alloué à la compétence clé de nos managers, à savoir leur expertise logistique. De plus,* ***ces méthodes ne nous permettaient pas de prendre en compte certaines données terrain*** *telles que les horaires d'ouverture des Points Relais®, les durées de livraison, la capacité des véhicules et les routes à péage.*

*Nos objectifs étaient donc d'****harmoniser la méthodologie de construction des plans de tournées et de recentrer le travail des managers sur la planification des tournées à travers un outil d'aide à la décision***. *Enfin, nous souhaitions* ***améliorer la logistique en termes de durée de parcours et de distance totale parcourue***. »

5. La recette du succès

Pour recentrer la compétence des managers sur des missions à forte valeur ajoutée, prendre en compte les données terrain et réaliser des gains logistiques, Julien Goeman a ***identifié plusieurs facteurs de succès lors du projet de déploiement de Mapo pour Mondial Relay :***

« *En ce qui concerne les enjeux RH,* ***le déploiement de Mapo sur l'ensemble de nos agences a permis d'harmoniser les pratiques en matière de gestion de tournées mais surtout de dégager du temps à nos managers***. *De plus, l'intégration de* ***Mapo*** *à l'écosystème IT de Mondial Relay nous évite désormais l'étape chronophage d'export de la donnée de notre ERP pour un pré-traitement sur tableur. Aujourd'hui, celle-ci est directement intégrée vers Mapo, en quelques clics. Un pas significatif a donc été franchi en matière de productivité.* ***De plus, l'ergonomie de Mapo offre une prise en main rapide à l'utilisateur. Chez Mondial Relay, il nous suffit aujourd'hui de deux heures de formation pour qu'un manager puisse être prêt à optimiser ses premières tournées sur Mapo***. *La praticité de l'outil a été décisive dans le choix de la solution. En effet, les autres éditeurs du marché pouvaient proposer des solutions qui nous semblaient tout aussi complètes mais complexes en termes de concept et d'ergonomie. Nous avons vu en Mapo une technologie bien pensée et accessible à tous.*

En ce qui concerne les données terrain, Mapo nous permet d'intégrer et d'optimiser nos variables métiers. ***En effet, nos premiers résultats d'analyse donnent en moyenne un gain de 5 à 10% par rapport aux tournées existantes suivant les secteurs analysés***.

Outre ces gains chiffrés, l'utilisation de l'outil nous ouvre à de nouvelles réflexions stratégiques. *En effet, nous nous sommes rendus compte que sur un référentiel de 600 Points Relais® des horaires d'ouverture restreintes sur quelques points de passage avaient un effet important sur les résultats de l'optimisation. Grâce à Mapo nous étudions des pistes afin de minimiser cet impact.* »

6. Les perspectives

« ***Mondial Relay évolue sur un marché en très forte croissance. L'enjeu à venir c'est d'adapter la répartition des Points Relais® à la croissance de l'entreprise et à l'ouverture de nouveaux sites régionaux.*** *Je m'explique, dans le contexte d'explosion du e-commerce nous avons aujourd'hui une croissance à deux chiffres. Qui dit, explosion du e-commerce, dit explosion du nombre de colis.*

Nous devons donc ouvrir en permanence de nouveaux Points Relais® pour accompagner l'accroissement du nombre de colis. Hors ces nouveaux Points Relais® devront être répartis de façon optimale sur nos agences régionales, dont le maillage s'étend à un niveau national. ***Nous avons donc un double challenge, l'un à un niveau régional, l'autre à un niveau national.*** »
Julien Goeman, Responsable Domaine Progiciels chez Mondial Relay.

Mapo, un produit de l'entreprise Woop

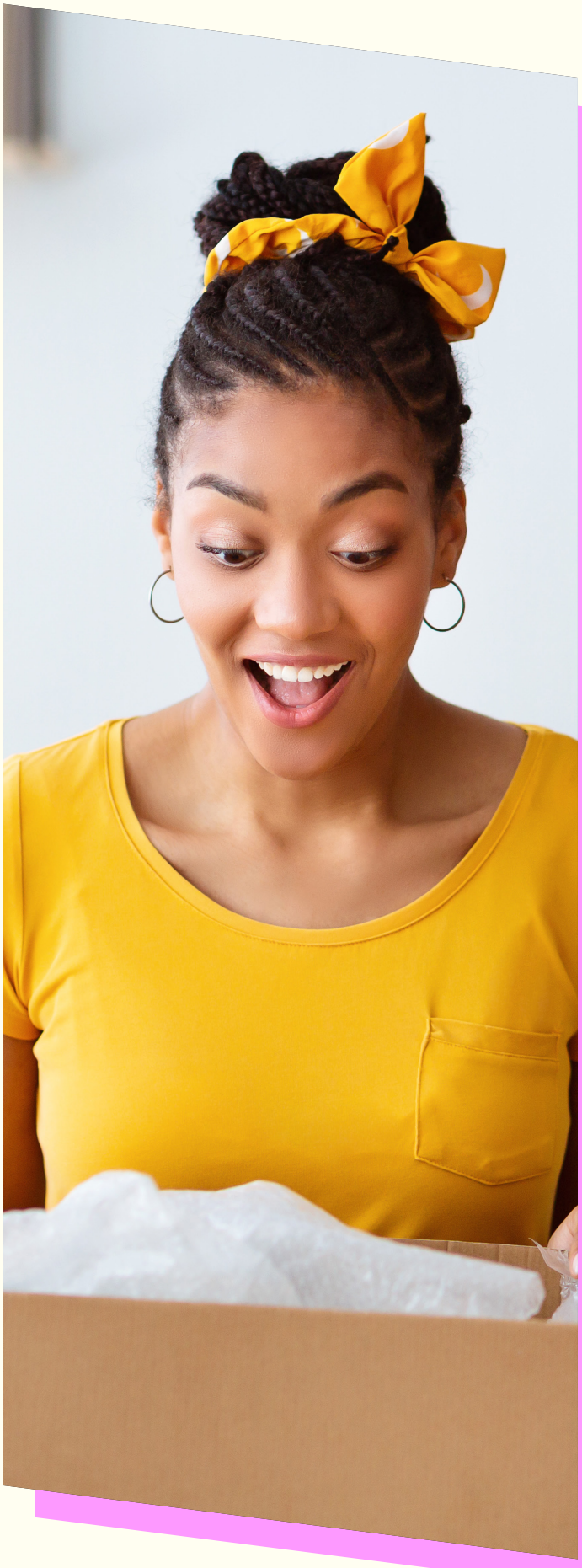
Mapo est le fruit de plus de 10 ans de développements réalisés au sein de l'entreprise Mapotempo.

L'entreprise Mapotempo puise ses origines dans son expertise en cartographie numérique. En s'appuyant sur cette connaissance, les équipes de Mapotempo conçoivent en 2012 l'une des premières solutions d'optimisation, de planification et d'exécution de tournées sur le marché français. En novembre 2021, Woop, spécialiste en solution de type Delivery Management System, acquiert la société Mapotempo, dans le but d'accélérer sa croissance dans le domaine de la gestion des livraisons du dernier kilomètre. Mapotempo devient alors Mapotempo by Woop.

La force du Delivery Management System de Woop, associé aux modules de Mapotempo by Woop, est de couvrir l'ensemble des opérations liées à la chaîne de valeur du dernier kilomètre : de l'orchestration des flux de livraison ou de retrait jusqu'à l'optimisation et l'exécution de tournées pour un commerce omnicanal, performant et responsable.

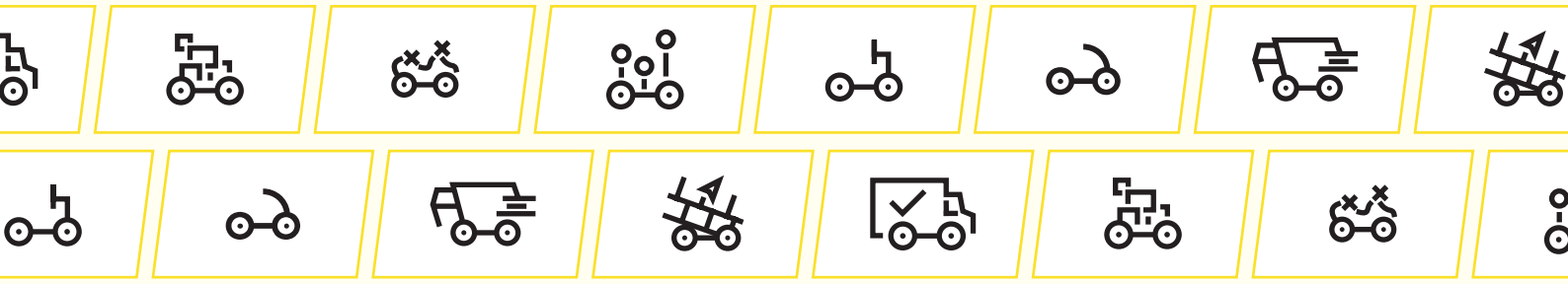
En novembre 2023, après la fusion juridique des deux entreprises, Mapotempo by Woop devient Mapo, une marque produit de l'entreprise Woop. Le produit Mapo conserve les fonctionnalités intrinsèques de ses deux modules : une interface de planification et d'optimisation de tournées et une application mobile de suivi en temps réel d'exécution des tournées.

https://www.woopit.fr/contact



Mapo, repensez vos tournées

Mapo est un produit de l'entreprise Woop qui propose deux modules: une interface de planification et d'optimisation de tournées et une application mobile de suivi en temps réel d'exécution des tournées.



Nos Clients

Nos Récompenses

Gartner

Seul éditeur français reconnu par Gartner pour les technologies de gestion du dernier kilomètre.

Notre Mission

Rendre accessible à tous des livraisons parfaites*
(*personnalisée, sans couture, à la bonne heure, au bon prix, qui respecte la planète et le livreur, etc.)

Contactez-nous

woop
commerce in motion