



eGuide

OMS: développer en interne ou externaliser ?

7 points essentiels à considérer

Choisir la méthode la plus efficace pour améliorer la gestion des commandes

Les consommateurs ont l'embarras du choix, ce qui contraint davantage les retailers à tenir leurs promesses clients. **3 acheteurs sur 4** se déclarent moins susceptibles d'acheter chez un retailer en cas d'indisponibilité produit et **55%** changeront d'enseigne si leur commande n'est pas livrée à temps [1].



Offrir des options d'exécution rapides et flexibles permet d'inciter les clients à dépenser auprès d'une enseigne. Pour ce faire, la plupart des retailers ont aujourd'hui admis la nécessité de s'équiper d'un Order Management System pour y parvenir.

Qu'il s'agisse de votre premier investissement dans un Order Management System (OMS) ou que vous cherchiez à mettre à niveau votre solution déjà existante, la première question à se poser est: vaut-il mieux le développer en interne ou externaliser ?

Ce guide aborde 7 points essentiels à considérer dans votre processus de décision. Il vous permettra de disposer de toutes les informations nécessaires pour choisir la voie la plus rentable tout en créant la meilleure expérience pour vos clients.

x2 Les retailers qui investissent pour fluidifier leurs opérations, simplifier les interactions et bénéficier des dernières technologies sont deux fois plus susceptibles de dépasser les attentes des clients [2].

[1] Source : <https://www.theindustry.fashion/out-of-stock-eroding-customer-loyalty/>

[2] Source : KPMG <https://home.kpmg/uk/en/home/services/connect-enterprise-promo.html>

Première considération : la complexité d'un projet OMS

Historiquement, de nombreux retailers ont construit leur solution OMS en interne car la gestion des commandes était un processus simple et linéaire. Cependant, les choses ont changé. Les plateformes OMS développent désormais des solutions de gestion des commandes très sophistiquées qui optimisent les stocks en fonction de l'évolution constante des besoins des clients.



De nombreux retailers estiment que les fonctionnalités de gestion des commandes développées en interne ou intégrées aux systèmes ERP, il y a 5 ou 6 ans, ne couvrent plus les demandes actuelles des clients.

L'innovation en matière d'Order Management System est justifiée par la complexité des clients. **Plus de 80%** des consommateurs déclarent avoir effectué des achats sur au moins trois canaux différents au cours des six derniers mois [3]. Les OMS doivent donc se montrer flexibles pour s'adapter aux changements de canaux, tout en étant suffisamment robustes pour gérer des volumes de commandes élevés.

Les fonctions de l'OMS « nice to have » il y a quelques années sont désormais essentielles pour rester compétitif.

Ainsi, **4 retailers sur 10** se disent intéressés par l'ajout du Ship from Store [4], alors qu'un tiers des retailers prévoient de mettre à niveau leur gestion des livraisons dans les **deux** prochaines années [5].

Plus de
80%

des consommateurs déclarent avoir effectué des achats sur au moins 3 canaux différents au cours des 6 derniers mois

[3] Source : <https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey.html>

[4] Source : <https://www.computerweekly.com/feature/Ship-from-store-a-pandemic-retail-trend-thats-here-to-stay>

[5] Source : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/au/Documents/consumer-business/deloitte-au-cb-2022-retail-industry-outlook.pdf>

Les technologies OMS actuelles sont une réponse efficace à la complexité des consommateurs car elles fournissent une visibilité en temps réel du stock vendable sur tous les canaux. Ceci donne aux entreprises la flexibilité de décider si elles souhaitent effectuer leurs livraisons à partir de l'entrepôt, des magasins ou via un partenaire, tenant compte de multiples paramètres opérationnels.

Avec une solution d'Order Management System moderne, le point de stock devant prendre en charge la commande peut être choisi après que celle-ci ait été acceptée et que le paiement ait été effectué.

Un OMS doit être capable de sélectionner le point de stock le plus pertinent en fonction de la localisation des stocks dans le réseau, afin d'optimiser les parcours selon les conditions en temps réel. Par exemple :



Si votre entrepôt est sur sollicité, à pleine capacité ou s'il existe un problème technique, une baisse de main-d'œuvre, vous pouvez alors modifier les règles d'orchestration sur votre plateforme OMS afin de contourner l'entrepôt et d'expédier uniquement depuis les magasins.

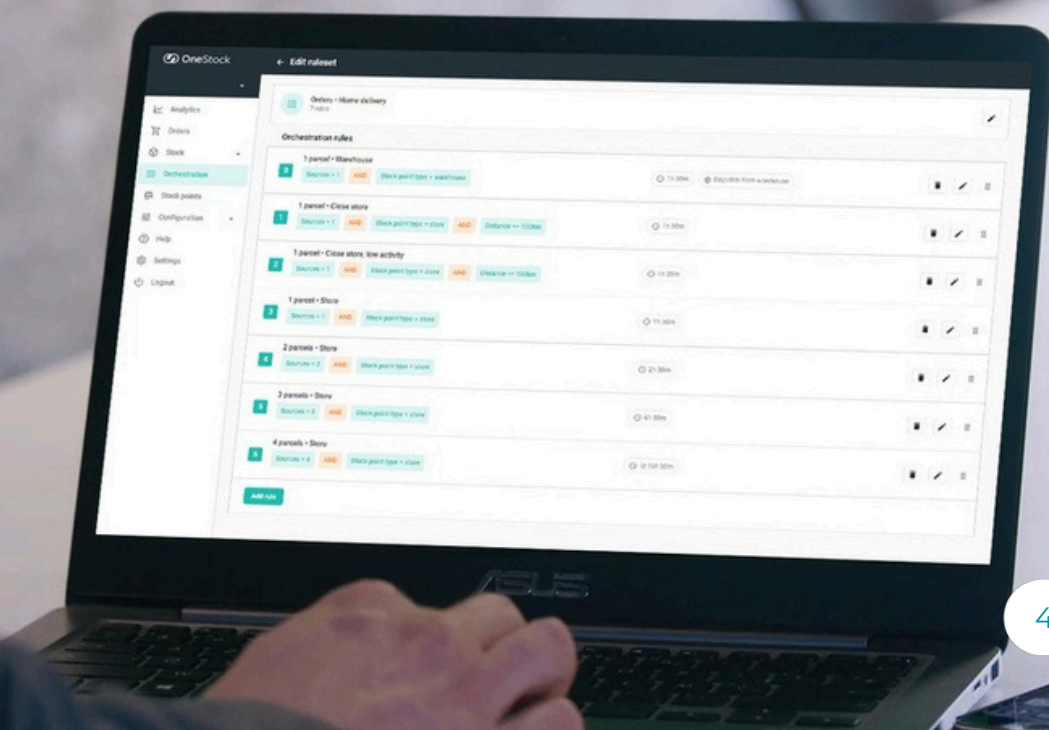


Lorsqu'un client effectue un achat en ligne, il est possible de modifier, en temps réel, les options de livraison proposées selon la disponibilité des stocks et le coût du transport. Par exemple, vous pouvez uniquement proposer le "Click and Collect" si l'article est disponible dans un magasin de proximité.



Vous pouvez configurer les magasins de manière individuelle afin d'exploiter les stocks plus finement et d'en maximiser la valeur. Par exemple, les magasins situés dans des centres de transport internationaux tels que les aéroports peuvent être désignés comme des lieux de Click and Collect, mais exclus pour le traitement des commandes Ship from Store.

La pandémie a fourni une leçon essentielle en matière d'exploitation des magasins car de nombreux retailers les ont transformés en mini-entrepôts afin de tirer parti de l'ensemble de leurs stocks pendant les confinements. Les enseignes les plus souples ont pu effectuer ce changement en quelques heures.



Gérer la complexité d'un projet OMS : développer en interne ou externaliser ?

Que vous décidiez de développer votre solution OMS en interne ou d'externaliser, il est essentiel de créer des spécifications précises pour vous assurer que la solution soit en adéquation avec les comportements et attentes des consommateurs. Quel est votre Produit Minimum Viable (Minimum Viable Product, MVP) ? Quelles fonctionnalités spécifiques votre OMS doit-il intégrer pour répondre aux demandes clients ? **L'élaboration d'un cahier des charges ou d'un appel d'offres vous permettra de clarifier votre besoin puis de déterminer si vous disposez des ressources internes pour développer votre solution en interne ou s'il est préférable de choisir une plateforme OMS prête à l'emploi.** Outre les fonctionnalités logistiques, pensez aux outils d'analyse nécessaires à la bonne gestion de vos stocks et au bon pilotage de votre stratégie omnicanale. De nombreuses solutions OMS "prêtes à l'emploi" comprennent des fonctions d'analyse décisionnelle (Business Intelligence) et de reporting permettant de comprendre comment les stocks sont utilisés et de chiffrer l'impact d'un OMS sur le chiffre d'affaires de l'entreprise.

Développez votre OMS en interne si vous avez un projet bien défini et que votre équipe technique est sûre de pouvoir délivrer les fonctionnalités attendues.

Externalisez si vous souhaitez être accompagné dans la mise en place et bénéficier d'un OMS qui dépasse les ressources et capacités de développement dont vous disposez en interne.



Seconde considération : le coût d'une solution OMS

Il est évident que le coût est tantôt un facteur de motivation tantôt un frein dans la décision de développer en interne ou d'acheter un OMS. Cependant, estimer précisément les coûts de développement et de maintenance d'un Order Management System vs les coûts liés à l'achat d'une solution clés en main n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît.



De nombreux retailers sous-estiment l'investissement initial nécessaire pour mener à bien un projet aussi ambitieux.

Cette mauvaise estimation financière entraîne une spirale des coûts au fur et à mesure que le développement progresse. En moyenne le budget associé aux projets informatiques est dépassé de **45 %** [6] !

Avec le temps et les ressources internes sous pression, certains retailers décident finalement d'externaliser le développement pour que leur nouvelle plateforme OMS soit lancée, ce qui gonfle encore plus les coûts du projet. Par exemple, un développeur de logiciels senior indépendant facture **entre 570 et 860€ par jour** [7] et il ne s'agit là que de l'investissement initial nécessaire pour créer un produit fonctionnel.

Afin d'établir un budget solide pour la mise en place d'un Order Management System, considérez à la fois les coûts de développement, de maintenance et d'amélioration.

La mise en œuvre, la maintenance et l'amélioration d'un logiciel OMS impliquent un engagement financier important à long terme et certains de ces coûts peuvent être difficiles à déterminer dès le départ si des fonctionnalités sont développées en interne.

45% de dépassement le budget associé aux projets informatiques (en moyenne)

[6] Source : https://www.researchgate.net/publication/285851331_Delivering_large-scale_IT_projects_on_time_on_budget_and_on_value

[7] Source : <https://www.expertmarket.co.uk/web-design/how-much-do-freelance-web-designers-charge>

Maîtrise des coûts : quand développer en interne et quand externaliser ?

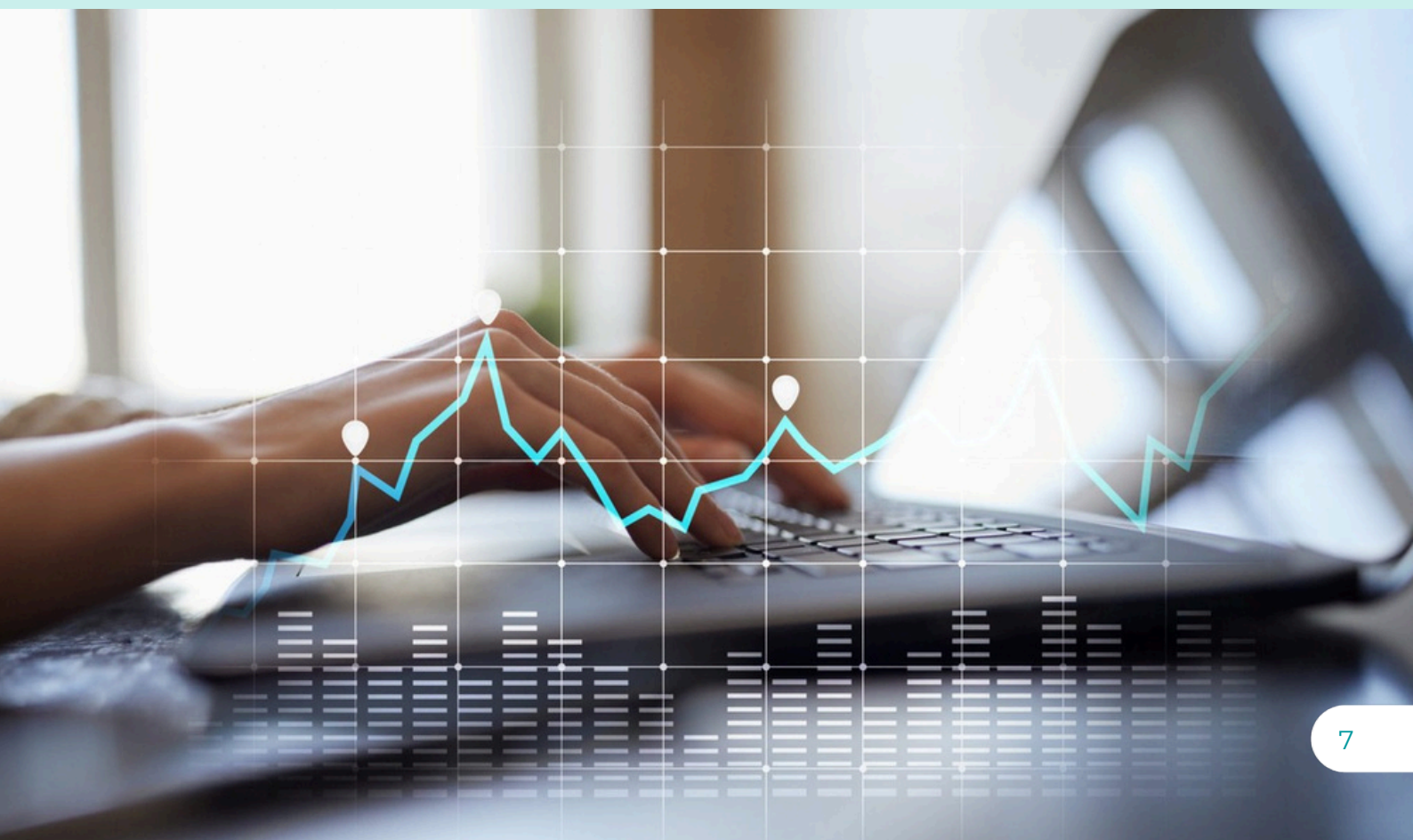
De nombreux retailers se font dépasser par la réalité des projets de développement de logiciels complexes car tous les coûts ne peuvent être anticipés.

Une plateforme OMS développée en interne n'est "gratuite" pour votre entreprise que si vous pouvez faire appel à des développeurs internes pour couvrir les coûts de développement, de gestion et d'innovation de votre solution tout au long de sa durée de vie.

Bien qu'une plateforme OMS "prête à l'emploi" représente un investissement important, les coûts financiers sont clairement définis et transparents lors de l'achat de la solution. Le coût total peut ainsi être pris en compte dans votre budget dès le premier jour, y compris la maintenance externalisée et le support technique.

Développez votre OMS en interne si vous êtes sûr de disposer du budget nécessaire pour construire, déployer, maintenir et faire évoluer une solution OMS sur mesure.

Faites appel à un prestataire externe si vous souhaitez des coûts fixes et transparents pour l'intégration, la gestion et le développement de votre logiciel OMS.



Troisième considération : les ressources humaines nécessaires

La disponibilité des compétences et des ressources de développement est une autre considération critique dans la décision de développer ou pas une solution OMS en interne.

Tout projet informatique d'envergure implique de multiples parties prenantes : des business analystes, des chefs de projets en passant par les développeurs et des contrôleurs qualité, tout ceci, sous la supervision d'un directeur technique. Il s'agit donc d'un processus exigeant en temps et en ressources.



Les équipes techniques internes sont régulièrement sous pression. Même avec les meilleures intentions du monde, les retailers finissent souvent par externaliser le développement d'un OMS pour mener le projet à bout.

L'alternative à l'externalisation est le recrutement de collaborateurs seniors, plus qualifiés, mais ceci ne constitue pas un processus rapide. Par exemple, il faut en moyenne **65 jours** pour pourvoir un poste de technicien vacant [8]. Au lieu de cela, une plateforme OMS prête à l'emploi peut être mise en œuvre rapidement en respectant des exigences techniques et des instructions d'utilisation standardisées et clairement documentées.

Les principaux fournisseurs d'OMS offrent également un support technique continu. Ceci permet à votre entreprise de résoudre rapidement les problèmes et de limiter les temps d'arrêt du système, s'il doit y en avoir. Ainsi, votre équipe de développement peut se concentrer sur des projets plus stratégiques, autres que la correction des bugs et des pannes.

65 jours pour pourvoir un
poste technique vacant
(en moyenne)

Coordination des ressources : développer en interne ou choisir une solution spécialisée ?

Dans le processus de décision entre développer un OMS en interne et externaliser, l'un des points essentiels à considérer est de savoir si s'appuyer sur un petit groupe de personnes pour développer une technologie OMS sur mesure est un facteur de croissance ou un potentiel risque.

En effet, vous disposez peut-être, en interne, de suffisamment de talents pour construire une plateforme OMS. Cependant, ceci ne signifie pas que c'est là la meilleure utilisation de ces ressources. Que se passe-t-il si une demande technique, prioritaire, arrive de manière incongrue dans le projet ? Ou si l'un de vos collaborateurs impliqué dans le projet quitte l'entreprise après le lancement de la solution ?

Si vous décidez de développer une plateforme OMS sur mesure, assurez-vous d'évaluer l'impact de ce projet au regard de vos capacités opérationnelles et IT.

Insistez également pour que tout ce qui concerne votre Order Management System soit formellement documenté. La connaissance ne doit pas être uniquement détenue par vos collaborateurs. Une mauvaise communication et des lacunes dans les connaissances communes peuvent entraîner des erreurs de développement et impacter la fiabilité du système.

Développez votre OMS en interne si vous pouvez affecter une équipe dédiée au développement de l'OMS sans compromettre vos autres activités opérationnelles et IT.

Externalisez si vous souhaitez que vos collaborateurs se concentrent sur les opérations quotidiennes tandis qu'un partenaire spécialisé optimise votre gestion des commandes.



Quatrième considération : la technologie

Nous avons déjà évoqué l'évolution de la gestion des commandes, qui est passée d'un processus linéaire à un défi omnicanal complexe. En réaction à cette évolution, de nombreux retailers ont abandonné l'approche "une solution pour tout" après avoir constaté que le module OMS de leur ERP ne pouvait pas faire face à toutes les demandes.

Les logiciels à l'architecture monolithique sont désormais remplacés par des logiciels agiles et spécialisés, pour optimiser chaque domaine opérationnel.

À mesure que les leaders du retail adoptent des technologies OMS spécialisées, la pression s'accroît sur les équipes de développement internes pour créer des solutions qui s'intégreront aisément avec les systèmes existants.

À cette complexité s'ajoute une approche technologique de plus en plus sophistiquée de la part des éditeurs de solutions OMS.

Le Cloud, l'API-first et l'architecture microservices permettent aux retailers d'intégrer plus facilement les logiciels OMS à leur environnement IT.

Une solution reposant sur le Cloud est également nécessaire pour donner à votre personnel de vente plus de flexibilité et d'accessibilité. En effet, **deux tiers** des professionnels souhaitent un modèle de travail hybride et des enseignes telles que Primark ou Lidl ont déjà introduit ces mêmes modèles pour leurs employés.

2/3

des professionnels souhaitent un modèle de travail hybride



Technologie : développer en interne ou externaliser ?

"Le passage à une architecture modulaire, basée sur des microservices, peut permettre aux organisations d'atteindre une plus grande flexibilité et une meilleure évolutivité", constatent les analystes de McKinsey [9]. Ainsi, vous devez décider si votre entreprise peut mettre elle-même en place la solution ou si l'achat d'un OMS est plus judicieux sur le plan commercial. **Un Order Management System interne peut répondre à vos besoins immédiats, mais il peut être complexe de le faire évoluer si vous souhaitez tester ou déployer de nouvelles fonctionnalités.** L'exemple parfait pour illustrer le phénomène est le Ship from Store. Il est plus simple de mettre en place un processus de traitement séquentiel, que de mettre en place un système basé sur l'allocation compétitive. Pourtant, le passage d'un modèle à l'autre peut avoir un impact considérable sur le succès du déploiement de votre solution Ship from Store. Les principaux fournisseurs d'OMS ont développé des intégrations basées sur des API pour connecter, de manière transparente, l'OMS aux systèmes ERP existants, aux plateformes commerciales et à d'autres technologies, afin d'en simplifier la gestion.

Développez votre OMS en interne si votre équipe de développement peut tirer profit d'une architecture en microservices pour développer une plateforme OMS qui s'intègre simplement à la totalité de votre système informatique.

Sollicitez un prestataire OMS si vous souhaitez une plateforme flexible, prête à l'emploi, basée sur des API pour faciliter l'intégration avec d'autres logiciels déjà en place.

Cinquième considération : la vitesse de développement

Même avec le budget, les ressources, le briefing et les technologies nécessaires, les retailers doivent toujours tenir compte de la vitesse de développement lorsqu'ils développent ou achètent un OMS.

De manière réaliste, combien de temps faudra-t-il à votre équipe pour construire, tester et mettre en œuvre une solution interne et que réaliseront, pendant ce temps-là, les concurrents qui ont acheté une technologie OMS prête à l'emploi ?

40% des retailers prévoient d'effectuer des mises à niveau majeures de leur Order Management au cours des 24 prochains mois [10], ce qui constitue une échéance claire pour les équipes techniques internes qui conçoivent des logiciels de gestion des commandes.

Il n'y a pas que la vitesse de mise en œuvre à prendre en compte. Avec quelle facilité votre équipe informatique pourra-t-elle maintenir, mettre à niveau et actualiser une solution sur mesure ? Dispose-t-elle de la bande passante nécessaire pour former les nouveaux utilisateurs et débloquer de nouvelles fonctionnalités ? Avec quelle rapidité l'équipe pourra-t-elle corriger les bugs et les erreurs système ?

Il est essentiel de pouvoir faire face aux perturbations et ce, rapidement.

Par exemple, Pets at Home, enseigne britannique spécialisée dans l'alimentation pour animaux, a utilisé sa plateforme OMS pour lancer le service Click and Collect en une heure pendant la pandémie. Service qui représente désormais **20 %** des commandes en ligne [11].

Pets at Home

20% des achats en ligne effectués en Click and Collect 1h

[10] Source : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/au/Documents/consumer-business/deloitte-au-cb-2022-retail-industry-outlook.pdf>

[11] Source : <https://www.onestock-retail.com/en/references-oms/gardening-diy-oms/pets-at-home/>

Vitesse de développement : développer en interne ou externaliser ?

Les prestataires OMS ont un seul objectif : innover et améliorer continuellement leurs technologies. A contrario, les équipes techniques internes travaillent sur de multiples projets en simultané, ce qui peut avoir un impact sur les temps de réaction et vitesses de développement.

Si vous envisagez de développer votre OMS en interne, tenez compte de la fréquence à laquelle de nouvelles fonctionnalités devront être développées et déployées pour que votre logiciel puisse suivre le rythme imposé par la concurrence.

Les plateformes OMS spécialisées disposent d'un 'core' ou socle de base et y ajoutent des fonctionnalités avancées en permanence - telles que les techniques de gamification afin d'inciter les collaborateurs à traiter des commandes Ship from Store.

Un prestataire externe a également un accord de niveau de service (SLA) et des indicateurs de performance à respecter, alors que les équipes internes n'ont souvent pas le même niveau de responsabilités.

Développez votre OMS en interne si votre équipe technique a la capacité de former les utilisateurs, de maintenir et de mettre à jour votre plateforme OMS en temps voulu.

Externalisez si vous souhaitez sous-traiter la formation, la gestion et le développement des fonctionnalités de l'OMS, avec des objectifs de vitesse et de performance définis.



Sixième considération : le ROI à long terme

Qu'il soit développé en interne ou acheté auprès d'un fournisseur, un OMS représente un investissement important. Il est donc normal que vous souhaitez maximiser le ROI et l'apport de valeur pour votre entreprise. Choisir un socle technologique robuste aura une forte influence sur le ROI associé à la solution.

Une solution OMS de pointe offre une fonctionnalité ciblée et un socle technologique performant, en capacité de s'adapter aux demandes complexes.

Certains retailers ne peuvent pas ajouter de nouvelles fonctionnalités à leurs systèmes internes sans créer de complexité en arrière-plan. Par conséquent, les logiciels OMS spécialisés deviennent monolithiques et perdent de leur valeur.

Les plateformes OMS basées sur des API sont plus flexibles et évolutives, car elles répondent aux exigences liées à la croissance des canaux et à la diversification des produits.

En sollicitant un prestataire spécialisé pour lancer votre solution OMS, vous bénéficiez du savoir-faire de celui-ci. En effet, les fournisseurs OMS tirent constamment des enseignements de leurs clients. Forts de ces conclusions, ils enrichissent continuellement leur solution de mises à jour et de nouvelles fonctionnalités.



ROI à long terme : développer en interne ou externaliser ?

La plupart des retailers examinent attentivement les coûts initiaux lorsqu'ils investissent dans un logiciel OMS. Cependant, l'aspect client qui correspond à offrir des expériences de premier plan et une innovation permanente est aussi à considérer. Ces engagements sont généralement mieux atteints par une solution OMS spécialisée.

En général, les retailers qui choisissent de créer une solution sur mesure font l'erreur de ne pas allouer suffisamment de ressources à l'amélioration de leur OMS. Les équipes de développement internes se consacrent aux prochains grands projets une fois que leur OMS est en service.

Les fournisseurs OMS externes ont une stratégie R&D continue qui assure une continuité de service et de performance aux clients.

Autre point important, si votre prestataire OMS n'offre pas de ROI suffisant, vous pouvez toujours en changer. Alors qu'il est bien plus difficile de se détourner d'une solution interne dans laquelle vous avez investi du temps et des ressources pendant plusieurs années.

Développez votre OMS en interne si vous pouvez vous engager à investir et à innover en permanence pour améliorer vos capacités de gestion des commandes omnicanales.

Externalisez si vous souhaitez une solution agile qui évolue avec votre entreprise et le marché sans devoir investir des ressources supplémentaires dans l'innovation logicielle.



Septième considération : le partenariat

Le coût initial mis à part, l'argumentaire semble plus en faveur de l'achat d'un OMS plutôt que de son développement en interne. Cependant, pour réussir votre projet, il convient aussi de choisir la bonne solution OMS.



Choisir un spécialiste de l'Order Management System sera plus rentable que choisir un ERP.

La création d'un cahier des charges clair permettra de comparer, de faciliter l'évaluation et la sélection du prestataire le plus adéquat. Un bon fournisseur OMS questionnera votre appel d'offres pour en comprendre les fonctions critiques et les principaux parcours utilisateurs.

Une fois que vous aurez présélectionné les fournisseurs OMS pertinents au regard de votre cahier des charges, l'étape suivante consiste à mesurer la flexibilité de leurs solutions. Peuvent-elles s'adapter à votre modèle interne, ou devrez-vous en modifier la structure et les processus ? Le fournisseur OMS peut-il développer des fonctionnalités personnalisées ?

Si vous avez besoin de fonctionnalités sur mesure, demandez aux fournisseurs OMS quelles sont leurs capacités de personnalisation.

Il faut également tenir compte de la logistique de déploiement. Par exemple, à quoi ressemble le programme de formation de chaque fournisseur ? Quelle est la qualité de leur support client ? À quelle fréquence mettent-ils à jour les fonctionnalités de leurs produits ?

Développez votre OMS en interne si vous ne trouvez pas de fournisseur qui réponde à vos attentes.

Faites appel à une solution OMS si vous trouvez un fournisseur de confiance avec de solides références sur le marché.

L'heure de la décision ! Développer l'OMS en interne ou externaliser ?

Un Order Management System est le moyen le plus efficace de maximiser l'agilité, l'efficacité et la rentabilité de l'exécution omnicanale. Sur la question devez-vous développer votre solution sur mesure en interne ou plutôt faire appel à un prestataire, c'est à vous de voir ! **La clé du succès consiste à choisir une solution adaptée à la taille, aux objectifs, aux ressources et au budget de votre entreprise. Rappelez-vous simplement qu'un coût initial moins élevé ne garantit pas une meilleure valeur sur le long terme.** Les OMS doivent faire l'objet d'investissements permanents pour rester compétitifs. Une solution OMS ou ERP interne peut répondre à vos besoins actuels mais investir dans une solution externalisée vous permettra de gagner du temps et de lancer votre solution de gestion des commandes rapidement.

De nombreux retailers ont payé le prix de décisions à court terme et se sont retrouvés à acheter une solution OMS après avoir investi beaucoup de temps et d'argent dans leur propre plateforme. Ou pire, ils ont dû se contenter d'un logiciel qui ne répondait pas à leurs besoins.

Une technologie OMS sophistiquée peut générer des gains d'efficacité opérationnelle et de coûts tout en soutenant d'autres objectifs commerciaux, par exemple le lancement de services de livraison durables.

Le marché du retail ne fera que s'accélérer et deviendra de plus en plus complexe avec le temps. L'externalisation d'un projet OMS confie la responsabilité de relever ces défis à une autre entité. Demander des études de cas, des témoignages clients et des scores NPS vous aidera à trouver le partenaire OMS le mieux adapté.



Le spécialiste de l'Order Management System en Europe

OneStock est le leader européen de la gestion des commandes omnicanales en mode SaaS (Order Management System). Notre solution permet aux retailers, aux enseignes du BtoB et de l'industrie d'accéder à une vue unique des stocks à travers l'intégralité de leur réseau de vente. Notre force, unanimement reconnue par nos clients, réside dans notre expérience et dans la simplicité de nos interfaces, tant pour les vendeurs que côté back-office.

Avec plus de 70 clients, OneStock opère dans tous les secteurs de la distribution, tels que : la mode, la chaussure, la beauté, le luxe, le bricolage, le jardinage, les articles de sport, les jouets, les articles ménagers et la joaillerie.

Réservez votre démo gratuite

pour essayer notre plateforme OMS dédiée au retail



COD4IS : simplifier les métiers du commerce.

Prendre rendez-vous