

TRANSPOREON

De l'intuition à la prise de décision basée sur les données:

Comment développer une nouvelle valeur
dans la gestion des transports



”
 Nous avons
 confiance en
 Dieu. Les autres
 doivent fournir
 des données.



Il s'agit d'une citation importante, largement attribuée au célèbre ingénieur et consultant en matière de gestion, W. Edwards Deming. Cette simple phrase implique que, même si vous êtes une personne digne de confiance, votre opinion, votre expérience, votre intuition ne suffisent pas à valider des décisions ou des actions importantes. Vous devez également fournir des données - c'est-à-dire des faits et des statistiques.

De nombreuses recherches montrent comment les leaders de nombreux secteurs d'activité tirent parti des données et de l'analytique pour se démarquer de la concurrence et atteindre des niveaux de performance commerciale plus élevés. Par exemple, dans son article de janvier 2006 d'Harvard Business Review, „Competing on Analytics,” Thomas H. Davenport écrit:

„Les organisations rivalisent avec l'analytique non seulement parce qu'elles le peuvent - le monde des affaires est aujourd'hui inondé de données et de data crunchers - mais aussi parce qu'elles le doivent. À une époque où les entreprises de nombreux secteurs offrent des produits

¹⁾ <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191866692.001.0001/q-oro-ed6-00019739>

similaires et utilisent des technologies comparables, les processus commerciaux sont parmi les derniers points de différenciation. Et les concurrents en matière d'analytique tirent chaque goutte de valeur de ces processus.”

Dans un autre livre (également intitulé „Competing on Analytics») publié en 2007, M. Davenport et sa co-auteure Jeanne G. Harris décrivent comment diverses entreprises de premier plan „utilisent de nouveaux outils pour identifier leurs clients les plus rentables et leur proposer le bon prix, pour accélérer l'innovation des produits, pour optimiser les chaînes d'approvisionnement et pour identifier les véritables moteurs de la performance financière”.

Pourtant, 15 ans plus tard, il semble que de nombreuses entreprises soient encore à la traîne lorsqu'il s'agit de rivaliser en matière d'analyse et de prise de décision basée sur les données.

Selon l'enquête annuelle BI & Analytics menée par le Business Application Research Center (BARC), 58% des utilisateurs de Business Intelligence interrogés déclarent que „leurs entreprises fondent au moins la moitié de leurs décisions commerciales habituelles sur leur intuition ou leur expérience, plutôt que sur des données et des informations”.

L'enquête a également révélé que „**la raison la plus fréquemment citée pour ne pas utiliser les informations ou les données comme base de la prise de décision était que les informations pertinentes n'étaient pas disponibles** [citée par 50% des personnes interrogées]... La qualité des données, citée par 40% des personnes interrogées, est le deuxième obstacle le plus courant à la prise de décision basée sur les données.”

²⁾ <https://hbr.org/2006/01/competing-on-analytics>

³⁾ <https://www.amazon.com/Competing-Analytics-New-Science-Winning/dp/1422103323/>

⁴⁾ <https://bi-survey.com/business-decisions-gut-feel>

⁵⁾ <https://bi-survey.com/decision-making-no-information>

⁶⁾ <https://hbr.org/2018/02/big-companies-are-embracing-analytics-but-most-still-dont-have-a-data-driven-culture>

Le passage à une culture axée sur les données a été un processus lent pour de nombreuses entreprises, comme le souligne Davenport dans un article de 2018 d'Harvard Business Review intitulé „[Big Companies Are Embracing Analytics, But Most Still Don't Have a Data-Driven Culture](https://hbr.org/2018/02/big-companies-are-embracing-analytics-but-most-still-dont-have-a-data-driven-culture)” (Les grandes entreprises adoptent l'analytique, mais la plupart n'ont toujours pas de culture axée sur les données). Réfléchissant aux résultats d'une enquête annuelle menée par NewVantage Partners sur la façon dont les cadres des grandes entreprises considèrent les données, Davenport expose :

„Un autre problème important et persistant est la lenteur avec laquelle ces entreprises établies opèrent le passage à une culture axée sur les données. Pratiquement toutes les personnes interrogées (99%) déclarent que leur entreprise essaie d'évoluer dans cette direction, mais seul environ un tiers a réussi à atteindre cet objectif. Cet écart apparaît chaque année dans les enquêtes, et le niveau de réussite ne s'est pas beaucoup amélioré au fil du temps. Il est clair que les entreprises ont besoin de programmes plus concertés pour parvenir à un changement culturel lié aux données.”

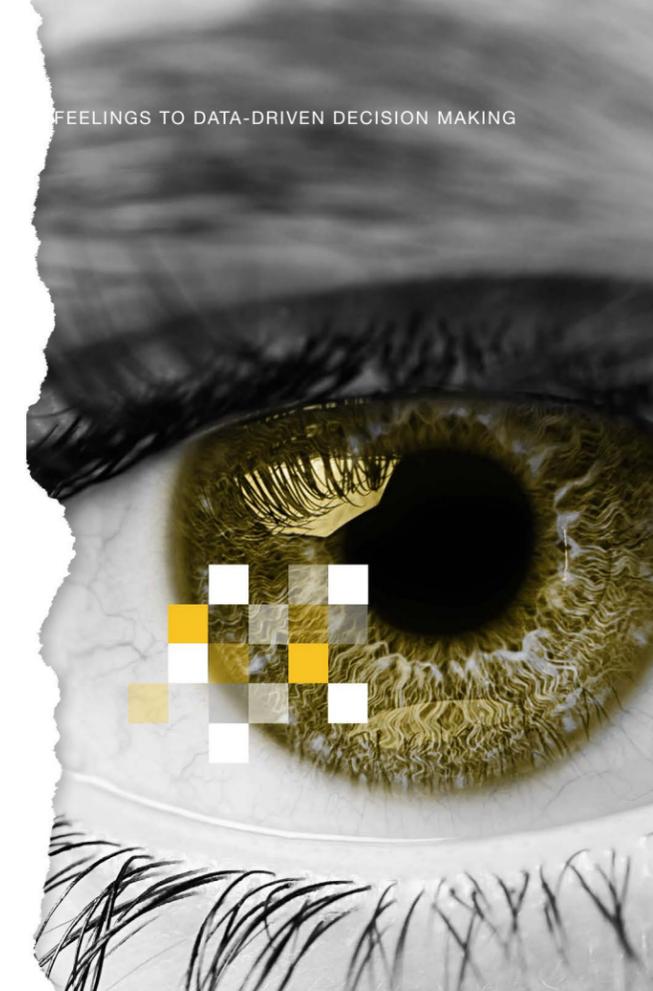
La pandémie de COVID-19 et ses effets d'entraînement sur les processus de la chaîne d'approvisionnement ont révélé les lacunes de l'absence d'une culture axée sur les données. „**La plus grande leçon apprise au cours des deux dernières années est qu'il y a des choses que nous aurions dû faire plus tôt, mais il est maintenant évident qu'elles doivent être faites**”,



⁶ <https://hbr.org/2018/02/big-companies-are-embracing-analytics-but-most-still-dont-have-a-data-driven-culture>

⁷ <https://www.transporeon.com/en/reports/pulse-report-2022>

a déclaré Hermann Ude, ancien PDG de DHL Global Forwarding et membre du conseil d'administration de Deutsche Post AG, cité dans le [Transportation Pulse Report 2022](#). „La logistique doit notamment devenir plus axée sur les données afin, par exemple, de parvenir à une utilisation et une allocation plus intelligentes et plus efficaces de la capacité de transport.” ⁷

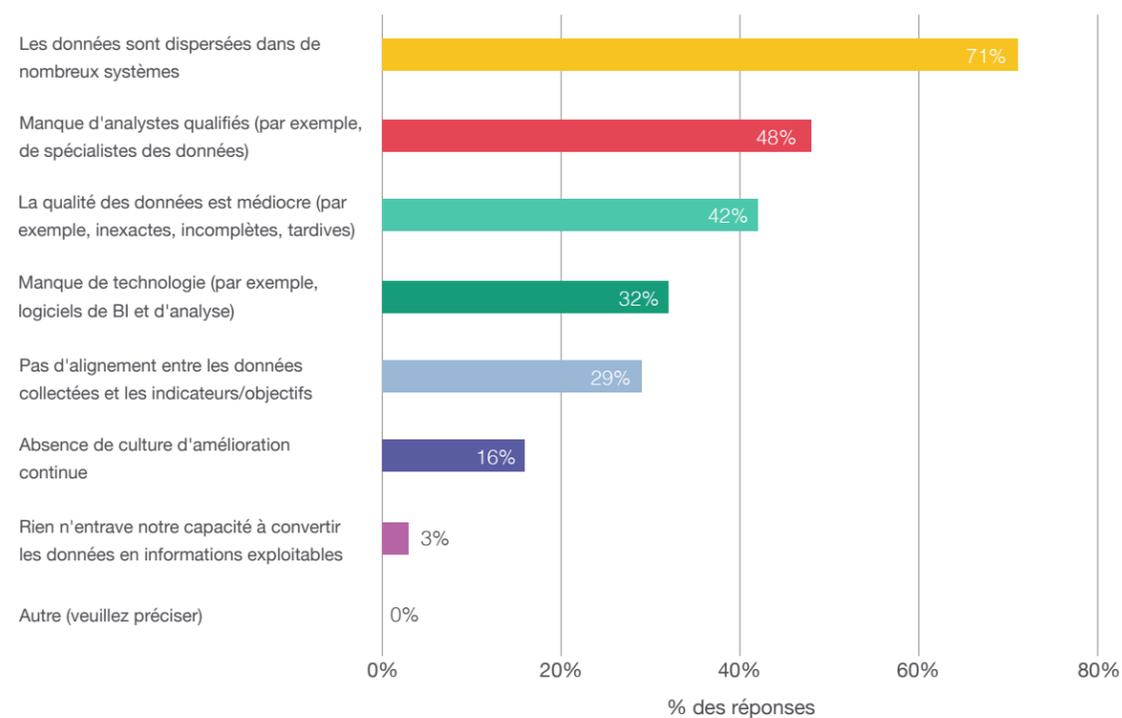


La bonne nouvelle est que pour les entreprises prêtes à se concentrer davantage sur les données dans le domaine du transport et de la logistique, leur accès aux données du réseau en temps réel et aux outils d'analyse est aujourd'hui plus important que jamais.

Plateformes de gestion des transports: le fondement pour la prise de décision basée sur les données

Historiquement, en dehors du changement culturel nécessaire, l'un des plus grands défis pour permettre la prise de décision axée sur les données dans le transport a été l'agrégation de données provenant de nombreuses sources disparates. Lors d'une enquête menée en juin 2021 auprès des membres d'Indago (une communauté de recherche composée de praticiens de la chaîne d'approvisionnement et de la logistique issus d'entreprises de fabrication, de vente au détail et de distribution), 71% des personnes interrogées ont indiqué que „les données sont dispersées dans de nombreux systèmes”, ce qui constitue le principal obstacle à leur capacité à convertir les données en informations exploitables.

Quels sont les principaux obstacles à votre capacité à convertir les données en informations exploitables ?
Sélectionnez 1 à 3 facteurs



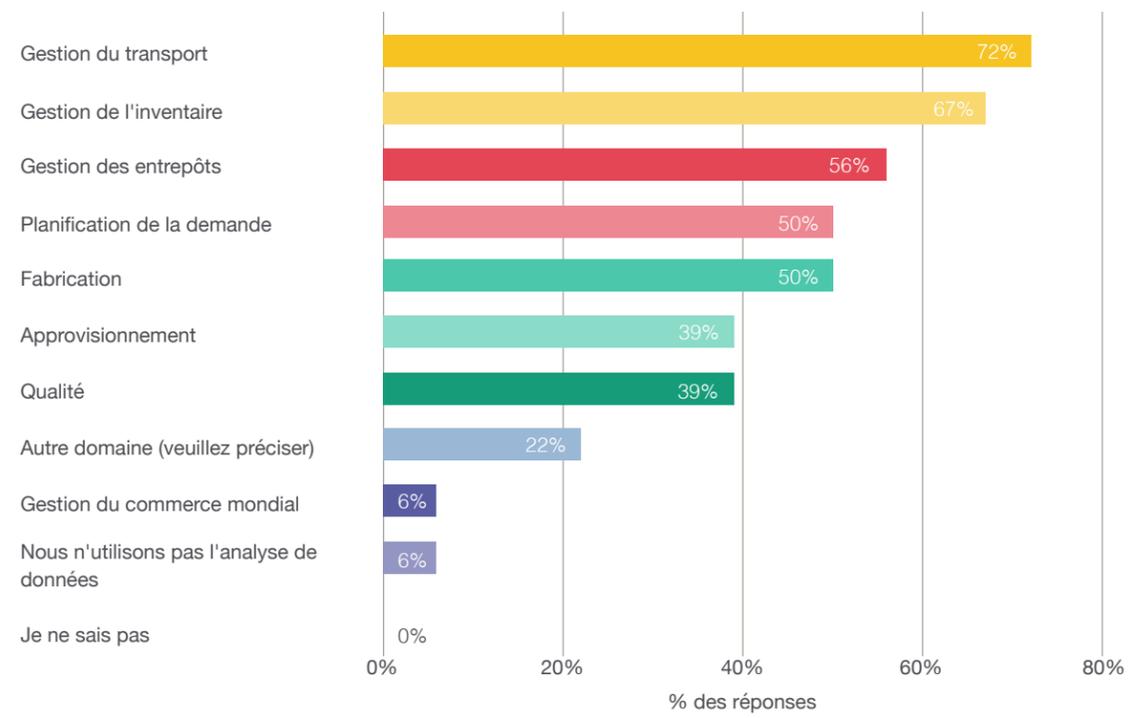
⁸⁾ "Leveraging Data in Transportation & Logistics," Indago survey, June 2021



„La chaîne d’approvisionnement et la logistique sont l’un des plus grands utilisateurs de données dans une entreprise”, commente un membre exécutif d’Indago spécialisé dans la chaîne d’approvisionnement. „Les données proviennent d’au moins une demi-douzaine d’outils qui ne se parlent pas entre eux, ce qui rend la compilation et l’utilisation des données difficiles et parfois un peu suspects.”

Pourtant, lorsque les entreprises parviennent à surmonter cet obstacle, **le transport arrive en tête de liste des lieux où débloquer une valeur commerciale.** Dans une enquête d’octobre 2019, on a demandé aux membres d’Indago : „Dans quels domaines de la chaîne d’approvisionnement ou de la logistique avez-vous pu utiliser l’analyse de données pour mettre en œuvre le changement ou l’amélioration le plus rapide dans votre organisation ?” 72% des personnes interrogées ont choisi la gestion du transport.

Dans quels domaines de la chaîne d’approvisionnement ou de la logistique avez-vous pu utiliser l’analyse de données pour mettre en œuvre le changement ou l’amélioration le plus rapide dans votre organisation ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s’appliquent



⁹⁾ Ibid

¹⁰⁾ "Supply Chain Data Analytics," Indago survey, October 2019



„Dans le domaine du transport, nous utilisons l'analyse de données pour comprendre la politique tarifaire et utiliser ces données pour renégocier ou changer les comportements afin de réduire les dépenses”, a déclaré une personne interrogée d'Indago. „Nous utilisons également l'analyse de données pour comprendre les performances des transporteurs et nous leur transmettons ces données dans le cadre de nos examens trimestriels d'activité (QBR) pour les aider à améliorer leurs opérations.”

Lorsqu'il s'agit de données de transport, la source principale pour la plupart des entreprises est leur système de gestion du transport (à supposer qu'elles aient un TMS). Cependant, avec les applications traditionnelles sur site, la collecte de données auprès de nombreux transporteurs, prestataires de services logistiques, fournisseurs et autres sources différentes a toujours été un défi.

Heureusement, comme indiqué dans «Faire confiance au réseau - La voie à suivre pour atteindre les résultats souhaités dans le secteur des transports», les systèmes de gestion du transport ont évolué, passant du statut d'applications „entre quatre murs” à celui de systèmes d'exploitation de grands réseaux de transport dans le cloud. **Les plateformes de gestion du transport d'aujourd'hui sont l'équivalent commercial de Facebook et LinkedIn, des réseaux industriels qui connectent les chargeurs, les transporteurs, les fournisseurs de services logistiques et d'autres parties prenantes entre eux, leur permettant de communiquer, de collaborer et d'exécuter des processus commerciaux de manière plus efficace, évolutive et innovante.**

Comme l'a déclaré Michael Schrage, chercheur au MIT, dans un billet publié en décembre 2013 dans la Harvard Business Review:

”

„Plus les utilisateurs participent [à un réseau], plus la valeur (et les expériences précieuses) peut être rapidement générée. Et plus la valeur créée est importante, plus les utilisateurs (et les utilisations innovantes) se matérialisent.

„Ce cycle de valeur vertueux perturbe et transforme simultanément les industries du monde entier. La valeur peut augmenter de façon exponentielle alors que les coûts n'augmentent que marginalement. Cela rend l'économie des “effets de réseau” d'une manière combinatoire convaincante.”

Parmi la „valeur et les expériences précieuses” créées par une plateforme de gestion du transport en réseau, il y a le fait de fournir aux entreprises une base pour la prise de décision basée sur les données.

En voici quatre exemples.

¹²⁾ “Who's Managing Your Company's Network Effects?”
Michael Schrage, Harvard Business Review, December 2013

Business Intelligence et analytique basées sur le réseau

Ed Koch, l'ancien maire de New York à trois mandats, était célèbre pour avoir toujours demandé „How'm I doin'?” (Comment je m'en sors ?). C'est une question que les professionnels de la chaîne d'approvisionnement et de la logistique se posent également tout le temps. Mais comprendre comment vous vous en sortez, et surtout comment vos performances se comparent à celles des autres acteurs du secteur a toujours été un défi.

Pourquoi ? Deux raisons principales: Tout d'abord, comme nous l'avons mentionné précédemment, la collecte de données provenant de nombreuses sources différentes était souvent difficile et prenait du temps (et le temps que la tâche soit terminée, les données étaient souvent obsolètes). Deuxièmement, il n'existait pas de moyen intégré de comparer vos performances à celles des autres acteurs de votre secteur ou du marché au sens large; si des données de référence étaient disponibles, elles étaient généralement fournies sous la forme d'un fichier de données distinct ou d'un rapport imprimé sur une base mensuelle ou trimestrielle.

Avec des dizaines de milliers de chargeurs, de transporteurs et d'autres partenaires commerciaux connectés à une seule plateforme, traitant des millions (ou des milliards) de transactions de transport par an, les plateformes de gestion du transport en réseau permettent de surmonter ces deux obstacles. Toutefois, pour répondre à la question „Comment je m'en sors ?”, il ne suffit pas de recueillir une abondance de données. Comme l'a déclaré Clive Humby, un mathématicien britannique, en 2006:

“Les données sont le nouveau pétrole. Elles sont précieuses, mais si elles ne sont pas raffinées, elles ne peuvent pas vraiment être utilisées. Elles doivent être transformées en gaz, en plastique, en produits chimiques, etc. pour créer une entité de valeur qui alimente une activité rentable; de même, les données doivent être décomposées et analysées pour avoir de la valeur.”¹³

¹³ <https://towardsdatascience.com/is-data-really-the-new-oil-in-the-21st-century-17d014811b88>



En d'autres termes, comme pour le pétrole, les données brutes n'ont qu'une valeur minime; la véritable valeur vient de la conversion de ces données en informations exploitables pour les utilisateurs, puis de la facilitation et/ou de l'automatisation de l'exécution de ces actions via des plateformes logicielles et des offres de services.

Pour créer de la valeur, les données ont également besoin d'un contexte; sinon, vous ne voyez que des chiffres. Comme l'écrit Alissa Lorentz dans un article de Wired d'avril 2013 intitulé „[With Big Data, Context Is a Big Issue](#)” (Avec le Big Data, le contexte est un enjeu majeur) :

„Pour que les organisations et les entreprises survivent aujourd'hui, elles doivent contextualiser leurs données. De même qu'un médecin qui diagnostique un patient diabétique sur la seule base de sa température corporelle est incorrect, il en va de même pour les décisions commerciales dérivées de données hors contexte. Un médecin doit connaître l'âge du patient, son mode de vie, son régime alimentaire, son poids, ses antécédents familiaux, etc. afin de poser un diagnostic et un pronostic probables et prudents. La contextualisation est cruciale pour transformer des données sans sens en informations réelles - des informations qui peuvent être utilisées comme des informations exploitables permettant une prise de décision intelligente au sein de l'entreprise.”

Il existe plusieurs façons d'ajouter du contexte aux données. La plus fondamentale consiste à aligner les données sur des indicateurs clés de performance (ICP) clairement définis, liés aux résultats souhaités et aux objectifs commerciaux.

¹⁴ <https://www.wired.com/insights/2013/04/with-big-data-context-is-a-big-issue/>

Dans le domaine du transport, il existe de nombreux indicateurs clés de performance liés aux performances opérationnelles, aux coûts et aux niveaux de service - et pour un nombre croissant d'entreprises, des indicateurs liés à la durabilité également. Voici un petit échantillon d'indicateurs clés de performance courants :

- » Respect des délais de livraison (OTIF)
- » Livraison dans les délais
- » Arrivée dans les délais
- » Taux d'acceptation des offres
- » Dépenses de transport par mode (par transporteur, par zone géographique, spot vs. contrat)
- » Frais de surestaries/détention
- » Émissions de CO2

Cependant, le contexte comporte une autre dimension importante, à savoir la possibilité de comparer vos ICP et vos performances à une référence externe.

Par exemple, disons que vous améliorez votre taux d'acceptation des offres sur une ligne donnée de 65% à 80% d'une année sur l'autre. À elle seule, cette amélioration de 15% est un très bon résultat. Toutefois, si vous la comparez à une référence à l'échelle du réseau basée sur les données d'autres chargeurs, vous constaterez que le taux global d'acceptation des offres sur cette ligne est passé de 70% à 90% d'une année sur l'autre. Donc, de ce point de vue, vos performances sont en fait moins bonnes que l'année dernière et par rapport aux autres chargeurs.

Un autre exemple est la visibilité des émissions de carbone. Les données relatives aux émissions de carbone doivent être présentées dans le contexte d'une norme ou d'un cadre établi, tel que le Cadre Global Logistics Emissions Council (GLEC) et la future norme ISO 14083 (qui remplacera la norme européenne existante EN 16258). Cela permet non seulement aux entreprises de calculer et de suivre l'intensité carbonique de leurs opérations de transport de manière normalisée, mais aussi de comparer leurs performances à celles des autres.

Enfin, il y a la question de la présentation des données et des informations. **Il est très difficile, voire impossible, d'identifier des tendances et d'obtenir des**

informations en regardant une feuille de calcul remplie de chiffres. Aujourd'hui, l'une des meilleures pratiques consiste à exploiter la visualisation des données. Comme le définit Tableau, „la visualisation de données est la représentation graphique d'informations et de données. En utilisant des éléments visuels tels que des diagrammes, des graphiques et des cartes, les outils de visualisation de données offrent un moyen accessible de voir et de comprendre les tendances, les anomalies et les modèles dans les données. Dans le monde du Big Data, les outils et technologies de visualisation des données sont essentiels pour analyser des quantités massives d'informations et prendre des décisions basées sur les données.”

En résumé, l'une des principales façons dont les plateformes de gestion du transport en réseau d'aujourd'hui aident les entreprises à devenir plus axées sur les données est de leur donner accès au Big Data dans le domaine du transport, de mettre ces données en contexte via des ICP et des mesures d'évaluation comparative, et de fournir des outils de visualisation des données pour identifier plus rapidement les tendances et les opportunités d'amélioration.

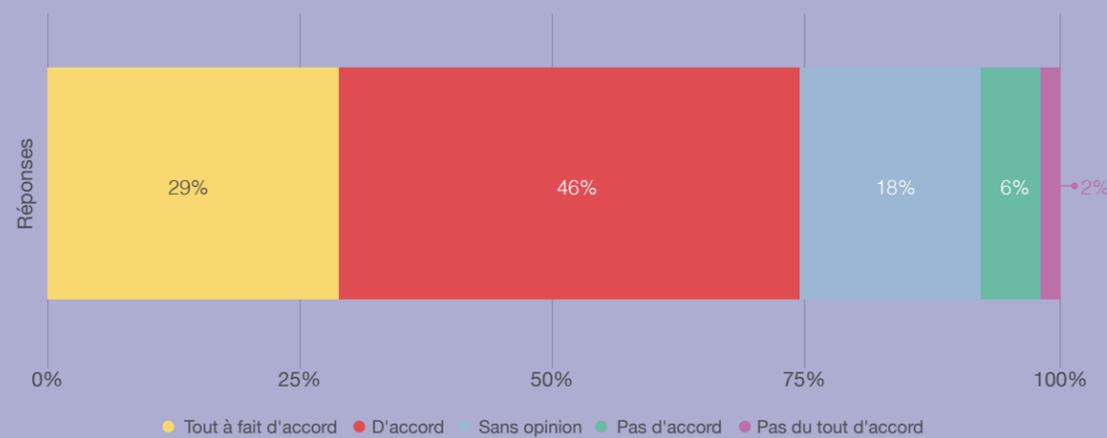
¹⁵⁾ <https://www.tableau.com/learn/articles/data-visualization>



Transformer l'achat transport grâce à une information commerciale en temps réel

Dans une enquête en ligne que nous avons menée en mai 2021 auprès de plus de 360 chargeurs, transporteurs et prestataires de services logistiques du monde entier, la grande majorité des personnes interrogées (75%) ont convenu que le moment était venu de transformer le processus d'achat de fret.

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec le fait qu'il y a aujourd'hui une nécessité de transformer la procédure d'appel d'offres dans le secteur des transports ?



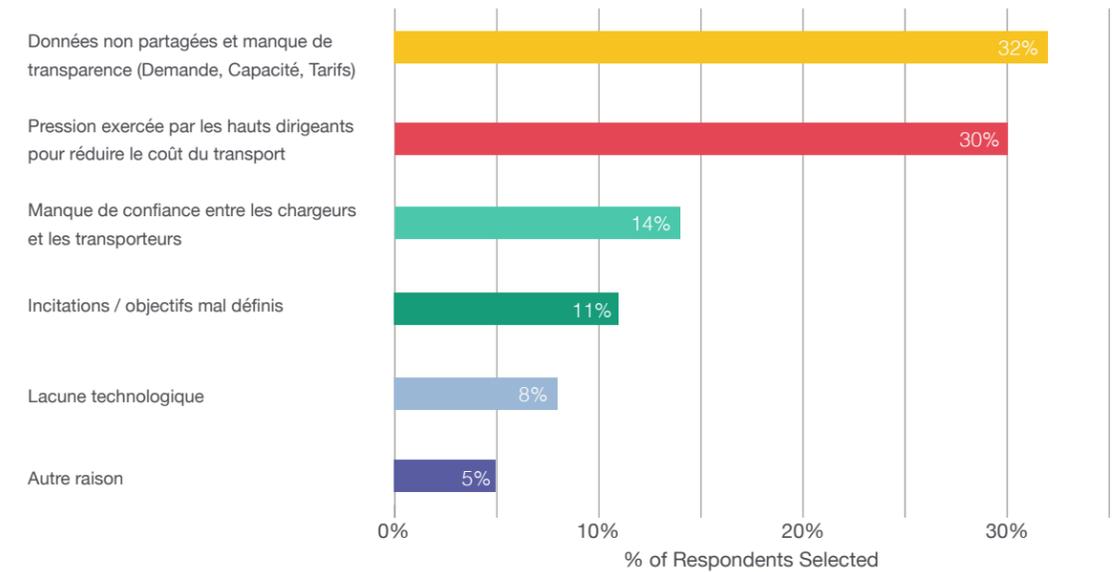
Toutefois, il n'est jamais facile de changer le statu quo et, selon les personnes interrogées lors de l'enquête, le principal obstacle à la transformation du processus d'achat transport est le „manque de partage/transparence des données” sur la demande, les tarifs et la capacité.

¹⁶⁾ „Propulsé par le réseau : L'utilisation de plateformes pour faire correspondre plus efficacement la demande de fret et la capacité.” Transporeon, 2021

¹⁷⁾ Ibid.



Quel est d'après vous le plus gros obstacle à la transformation du processus d'achat de transport ?



Sur la base d'une ligne à ligne, comment mes tarifs contractuels se comparent-ils à ceux des autres acteurs du marché ? Comment se comparent-ils aux tarifs du marché spot ? Mes taux de rejet des offres sont-ils supérieurs ou inférieurs à ceux des autres chargeurs ? Les tarifs spot (et les offres spot) ont-ils tendance à augmenter ou à diminuer sur une ligne donnée ? Qu'en est-il des tarifs contractuels?

Ce sont là quelques-unes des questions que les professionnels du transport se posent souvent, non seulement en préparation d'un engagement d'achat stratégique, mais aussi en permanence pour s'assurer que leurs tarifs restent alignés sur les conditions changeantes du marché - et pour garantir qu'ils sont en mesure d'obtenir de la capacité, quand ils en ont besoin, à un prix équitable.

Les plateformes en réseau aident les professionnels du transport à répondre à ces questions en fournissant davantage de données en temps réel et de transparence sur les tendances du marché. Encore une fois, cela est dû à l'effet de réseau - c'est-à-dire des milliers de chargeurs, de transporteurs et d'autres partenaires commerciaux, qui traitent des millions de transactions de transport et des milliards d'euros/dollars de dépenses de fret par an, sur une seule plateforme.

Ce type de renseignements sur le marché fournit un contexte supplémentaire pour aider les professionnels du transport à prendre des décisions plus éclairées basées sur des données. Par exemple, admettons que vous ayez un taux élevé de rejet des offres sur une ligne donnée. En ayant accès aux informations commerciales basées sur le réseau, vous pouvez comparer votre taux de rejet à la moyenne du marché sur cette ligne et constater qu'il est effectivement plus élevé. En creusant un peu plus, vous pouvez ensuite comparer votre tarif contractuel à l'indice du tarif spot pour cette ligne et constater qu'il est inférieur de 25% (et aussi nettement inférieur à l'indice du tarif contractuel).

Par conséquent, vous apprenez que la raison pour laquelle vous enregistrez un taux de rejet des offres supérieur à la moyenne est que votre taux contractuel sur cette ligne est trop bas et ne correspond plus aux réalités actuelles du marché. Cela peut vous amener à mener un appel d'offres ciblé pour établir des tarifs contractuels plus compétitifs et alignés sur le marché pour cette ligne.

Vos tarifs contractuels seront certes plus élevés qu'auparavant, mais votre taux de rejet des offres devrait diminuer, ce qui signifie que vous aurez moins recours aux transporteurs de réserve et au marché spot, ce qui, en fin de compte, vous fera gagner du temps et de l'argent. Comme le montrent des recherches menées

par le MIT, „si un chargeur va jusqu'au cinquième choix de transporteur dans son panel de transporteurs référencés, les coûts de transport pourraient augmenter d'environ 15% par rapport au tarif contractuel principal. Si l'entreprise sort de son panel et utilise le marché spot, l'augmentation pourrait être supérieure à 20-30%.”

En termes simples, le marché du transport est très dynamique et cyclique.

L'époque où l'on pouvait „fixer et oublier” sa stratégie de transport et son panel de transporteurs référencés est révolue, du moins si l'on veut rester compétitif.

À l'avenir, les entreprises qui exploitent l'intelligence du marché en temps réel pour analyser en permanence les conditions du marché et apporter des ajustements aux plans et aux panels si nécessaire seront les mieux placées pour contrôler les coûts, garantir la capacité et répondre aux attentes du service client.

¹⁰⁾ <https://medium.com/mitsupplychain/in-search-of-alternatives-to-truckloads-fragile-freight-contracts-b856675e3f30>

Appels d'offres intelligents & exécution du transport alimentés par l'IA

« Il existe une relation réciproque entre le Big Data et l'Intelligence Artificielle », explique Ken Casey dans un article publié en octobre 2019 dans The Enterprisers Project. „Le second dépend fortement du premier pour réussir, tout en aidant les organisations à libérer le potentiel de leurs dépôts de données (data stores) d'une manière qui était auparavant encombrante ou impossible.”¹⁹

Quelle nouvelle valeur les entreprises peuvent-elles dégager lorsque le big data des plateformes de gestion des transports en réseau est combiné à l'intelligence artificielle (IA) et à l'apprentissage automatique ?

Une nouvelle opportunité est l'appel d'offres intelligent alimenté par l'IA, ou l'approvisionnement autonome.

Historiquement, si tous les transporteurs sous contrat dans un panel rejettent un chargement, de nombreux chargeurs appellent (ou envoient un email) à plusieurs transporteurs pour voir qui peut prendre le chargement. D'autres affichent manuellement leurs chargements sur les tableaux de chargement et attendent de voir si une correspondance se produit. Inutile de dire que ces approches sont très inefficaces et coûteuses.

Pour les utilisateurs de plateformes de gestion du transport en réseau, une approche plus sophistiquée consiste à ce que la plateforme récupère automatiquement (et presque instantanément) les tarifs en temps réel des transporteurs et des courtiers du réseau. Elle peut ensuite lancer un appel d'offres pour le chargement en fonction des règles commerciales définies par le

¹⁹ <https://enterpriseproject.com/article/2019/10/how-big-data-and-ai-work-together?page=0%2C0>

chargeur et de la stratégie d'appel d'offres préférée (par exemple, appel d'offres séquentiel à un groupe de transporteurs/courtiers prioritaires ou appel d'offres général à un grand groupe de transporteurs/courtiers). Une fois l'appel d'offres accepté, la plateforme de gestion des transports automatise alors le processus de réservation sans aucune intervention humaine.

L'IA et l'apprentissage automatique ajoutent un autre niveau d'intelligence et de sophistication à ce processus. Par exemple, l'IA et l'apprentissage automatique, associés à la science comportementale appliquée, peuvent être utilisés pour développer des profils de transporteur -- c'est-à-dire une compréhension plus détaillée de chaque transporteur sur le réseau. Quels types de chargements ont-ils tendance à accepter ? Sur quelles lignes sont-ils les plus compétitifs en termes de prix ? Où ont-ils transporté des chargements auparavant ? Quels sont les lieux de collecte ou de livraison qu'ils préfèrent ? Quels sont les types d'appels d'offres auxquels ils répondent le plus rapidement ou qu'ils recherchent (ou sur lesquels ils cliquent le plus) ?

Les réponses à ce type de questions aident la plateforme de gestion de transport à déterminer quels sont les transporteurs les plus appropriés à inclure dans un appel d'offres.

Un autre aspect des appels d'offres intelligents utilisant l'IA et l'apprentissage automatique est la prédiction des prix. Pour un chargement donné, quel est le prix qu'un transporteur est le plus susceptible d'accepter pour le transporter ? Ce prix est-il le même pour tous les transporteurs ?

La prédiction des prix implique généralement l'analyse de données historiques de chargement sur la plateforme, de données de marché de tiers et d'autres entrées. Les profils des transporteurs sont également importants. En d'autres termes, les prévisions de prix peuvent être personnalisées pour chaque transporteur en fonction de son profil.

La combinaison des profils des transporteurs et de la prédiction des prix permet une variété de stratégies d'appels d'offres intelligentes. Par exemple, au lieu de demander aux transporteurs de répondre à un appel d'offres, la plateforme peut présenter l'appel d'offres à un certain nombre de transporteurs (en fonction de leurs profils) avec un prix offert (prédit) - chaque transporteur pouvant recevoir un prix différent en fonction de son profil. Si aucun des transporteurs initiaux n'accepte le chargement proposé aux prix offerts dans un délai défini, la plateforme peut lancer des cycles d'appels d'offres supplémentaires si nécessaire, en déterminant les transporteurs à inviter ensuite, les prix à leur proposer et la durée de chaque cycle.

Une autre possibilité offerte par le Big Data, l'IA et l'apprentissage automatique sont la mise en correspondance plus intelligente des chargements avec la capacité.

Par exemple, si j'ai besoin de faire transporter un chargement dans trois jours, y a-t-il des transporteurs qui déchargent du fret à proximité (des transporteurs avec lesquels je travaille déjà sur d'autres lignes ou qui répondent à un ensemble prédéfini d'exigences) qui pourraient être intéressés par cet appel d'offres ?

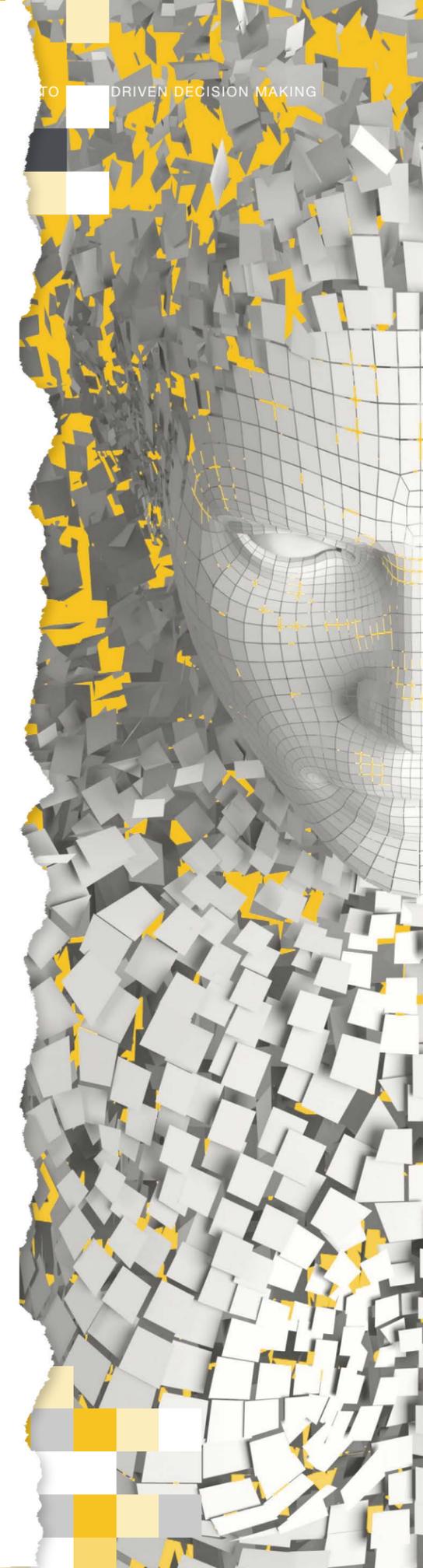
Historiquement, les chargeurs n'avaient aucune visibilité sur cette source de capacité disponible. De même, les transporteurs n'avaient pas non plus de visibilité sur ces opportunités d'appels d'offres, ce qui leur faisait perdre beaucoup

de temps, et parcourir de nombreux kilomètres à vide, pour trouver un autre chargement.

Grâce à l'IA, à l'apprentissage automatique et à d'autres outils, une plateforme de transport en réseau peut analyser un grand volume de données provenant des nombreux chargeurs et transporteurs qui y transigent, afin de trouver ces opportunités de correspondance.

La date de collecte, le lieu de collecte, la date et le lieu de déchargement, la distance entre les lieux de déchargement et de collecte, le type d'équipement, la destination de l'expédition et d'autres éléments de données peuvent être pris en compte dans l'analyse (ainsi qu'un groupe défini de transporteurs approuvés/qualifiés). La plateforme peut alors présenter ces opportunités de correspondance au chargeur comme une autre option d'appel d'offres et exécuter l'appel d'offres si le chargeur choisit cette option.

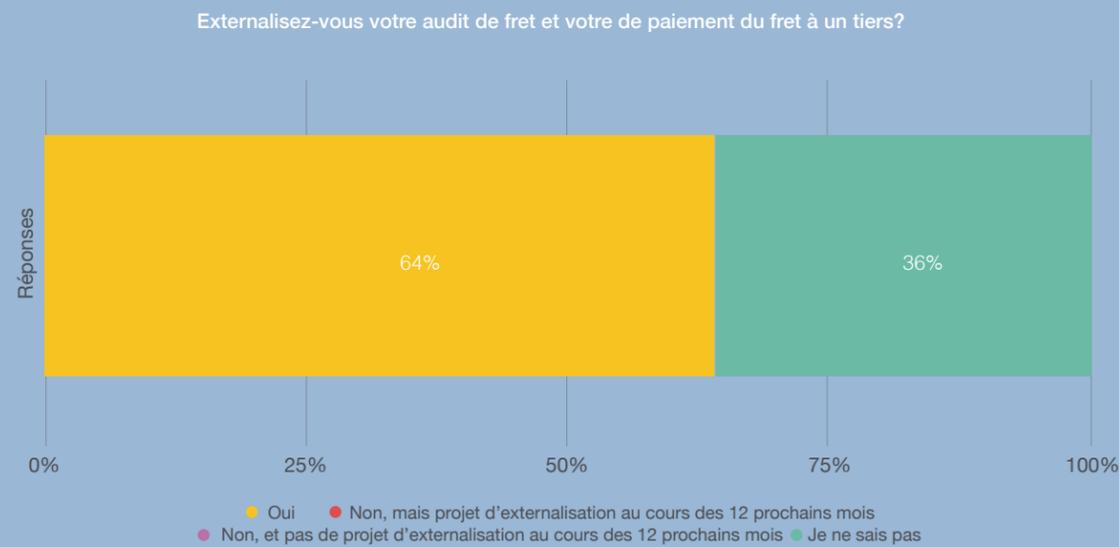
Il semble évident que les appels d'offres intelligents alimentés par l'IA et la mise en correspondance intelligente de la capacité et de la charge sont bien meilleurs que d'appeler ou d'écrire en urgence à son panel, n'est-ce pas ?



Freight Audit: Une source de BI et d'analytique du transport

„L’audit et le paiement du fret sont probablement les tâches les plus externalisées dans le domaine du transport et de la logistique”, a commenté un cadre de la chaîne d’approvisionnement dans une enquête Indago de novembre 2020. „L’offre de valeur pour la ramener en interne n’a pas été là. Il y a des fonctions bien implantées avec des avantages considérables qui ont effectivement maintenu le statu quo jusqu’à présent.”

En effet, près des deux tiers des personnes interrogées (64%) externalisent leur fonction d’audit et de paiement de fret à un tiers.



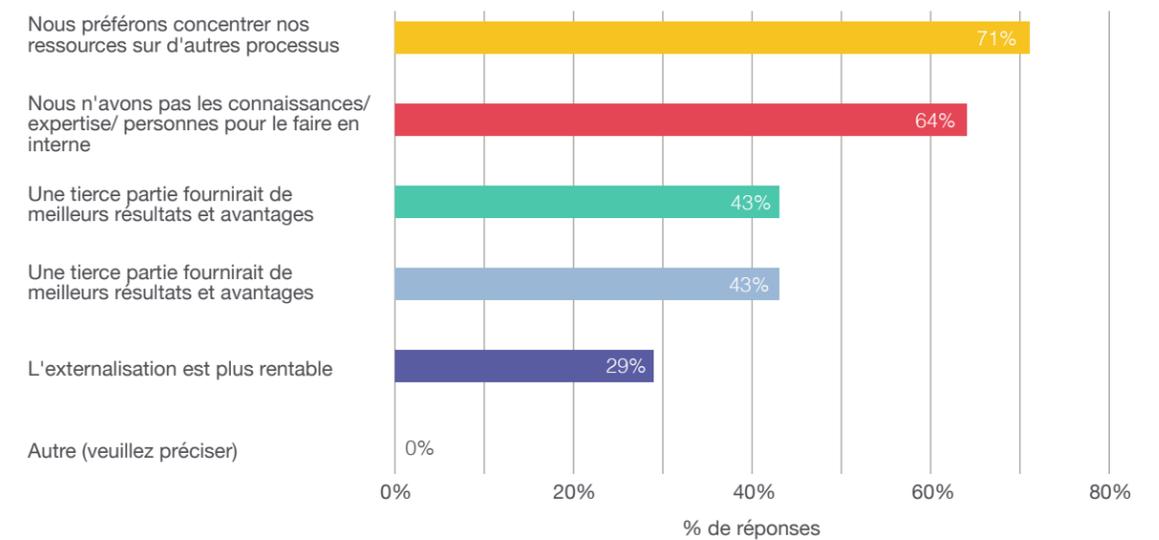
Pour les personnes interrogées, la principale raison de l’externalisation était: „Nous préférons concentrer nos ressources sur d’autres processus”, suivie par „Nous manquons de connaissances/expertise/personnes pour le faire en interne” et „Nous manquons de technologie pour le faire en interne”.

²⁰⁾ “Freight Audit & Payment,” Indago survey, November 2020

²¹⁾ Ibid.



Si vous externalisez actuellement l'audit et le paiement du fret à un tiers ou si vous prévoyez de le faire dans les 12 prochains mois, quelles sont les principales raisons de le faire ?



À son niveau le plus élémentaire, l’offre de valeur traditionnelle d’une société d’audit de fret consiste à examiner les factures de fret pour détecter les inexactitudes de facturation - un problème qui se produit plus souvent que vous ne le pensez en raison de la complexité des contrats de fret (qui varie selon le mode de transport, la géographie et le transporteur), des frais accessoires, des surcharges de carburant et d’autres facteurs. En identifiant et en éliminant ces inexactitudes de facturation, et en évitant ainsi les paiements excessifs, les sociétés d’audit de fret aident les entreprises à réduire leurs dépenses globales de transport.

Cependant, les principales sociétés d'audit de fret d'aujourd'hui sont également des fournisseurs d'intelligence économique et d'analyse du transport. **Les sociétés d'audit de fret collectent une multitude de données provenant de diverses sources, telles que les factures des transporteurs, les documents d'expédition, les systèmes de gestion du transport et d'autres sources.** Certaines de ces données comprennent :

- » Numéros de commande
- » Numéros d'unités de gestion des stocks (UGS)
- » Pays/ville/lieu d'origine
- » Pays/ville/lieu de destination
- » Poids de l'expédition
- » Dates d'expédition
- » Modes de transport
- » Noms des transporteurs
- » Noms des vendeurs
- » Noms des clients
- » Coûts du fret
- » Charges à payer pour le fret

La conversion de toutes ces données en informations exploitables est une grande partie de l'offre de valeur d'une société d'audit de fret aujourd'hui, et elle le fait en fournissant aux chargeurs l'accès aux outils de business intelligence (BI) et d'analyse. Cela inclut, comme décrit précédemment, des tableaux de bord personnalisables et des outils de visualisation qui permettent aux utilisateurs de créer des « data cubes », de générer des diagrammes et des graphiques, et d'explorer en profondeur les données pour obtenir une compréhension plus détaillée de leurs dépenses de transport, de leurs opérations et d'autres indicateurs de performance clés.

Les informations obtenues à partir de l'analyse des données d'audit de fret apportent de la valeur aux professionnels du transport de diverses manières.

Par exemple, elles les aident à mener des engagements d'achat plus éclairés ; à identifier et à résoudre les erreurs de facturation (en particulier les surfacturations) ; à réduire les dépenses accessoires et les dépenses indésirables, et à identifier

d'autres problèmes et possibilités d'amélioration dans l'ensemble de leur réseau.

Elles apportent également de la valeur à d'autres groupes fonctionnels de l'organisation. Par exemple, **les données saisies par les sociétés d'audit de fret aident à répondre à une question très importante pour les professionnels des achats, de la gestion des produits et des ventes : Quel est le coût unitaire au débarquement de cette UGS ?**

Historiquement, il n'a pas été facile de répondre à cette question, surtout si plusieurs modes, mouvements et transporteurs sont impliqués (chacun envoyant des factures distinctes). Vous avez également besoin de données granulaires sur les quantités de produits expédiés, les poids, les frais accessoires, les surcharges de carburant et d'autres facteurs de coût. Réaliser cette analyse des coûts foncières avec des feuilles de calcul ou des rapports statiques est extrêmement difficile et prend beaucoup de temps, surtout si vous avez affaire à de très grands ensembles de données. C'est là que la puissance des outils de BI et d'analyse entre en jeu. Un utilisateur peut créer un tableau de bord personnalisé qui rassemble tous les éléments de données requis et exploiter une variété d'outils analytiques pour déterminer les coûts unitaires au débarquement exacts sur les bases de données réelles plutôt que d'estimations ou de suppositions.



En d'autres termes, les sociétés d'audit de fret et les outils de BI et d'analyse qu'elles fournissent sont un élément clé de la prise de décision basée sur les données dans le domaine du transport.

La voie à suivre

Comme l'indique un [rapport](#) de l'Economist Intelligence Unit States, „Les données sont l'affaire de tous. Les entreprises tournées vers l'avenir intègrent les données dans leurs opérations quotidiennes. Elles placent les données au cœur de presque toutes les décisions importantes. Et elles tolèrent les remises en question - voire les dissensions - concernant les décisions commerciales prises, pour autant que ces remises en question soient fondées sur les données et leur analyse. Voilà ce que signifie l'adoption d'une culture axée sur les données.”²¹

Pour de nombreuses entreprises, cependant, le passage à une culture axée sur les données a été un processus lent. C'est particulièrement vrai dans la gestion des transports, comme l'illustre ce commentaire d'un membre exécutif de la chaîne d'approvisionnement d'Indago :

„Les professionnels du transport sont excellents pour faire avancer les choses, mais mauvais en matière de science des données. Nous agissons en fonction de notre expérience et de ce que nous pouvons voir, plutôt que de ce que les données nous disent. Un changement vers la science des données nécessitera des investissements dans la formation des professionnels aguerris pour relever les défis de l'avenir.”²²

L'absence d'une culture axée sur les données a été douloureusement révélée par la pandémie de COVID-19 et ses effets d'entraînement sur les processus de la chaîne d'approvisionnement. Les entreprises sont désormais confrontées à divers problèmes de transport : congestion et retards dans les ports maritimes, contraintes de capacité de camionnage et pénurie de chauffeurs, hausse des coûts de

²² https://www.tableau.com/sites/default/files/whitepapers/tableau_dataculture_130219.pdf

²³ „Leveraging Data in Transportation & Logistics,” Indago survey, June 2021

transport, notamment des tarifs maritimes et de camionnage, augmentation des prix du carburant et contrôle des émissions de CO2.

La bonne nouvelle, c'est que pour les entreprises désireuses d'adopter une approche plus axée sur les données dans le domaine du transport, les données et les outils existent déjà pour commencer.

Les plateformes de gestion du transport servent de base. En créant un réseau connecté de chargeurs, de transporteurs et d'autres partenaires commerciaux, et en traitant des millions de transactions de transport chaque année, ces plateformes en réseau sont les dépositaires du Big Data dans les transports. Lorsque vous superposez des outils de veille économique, d'analyse, d'intelligence artificielle, d'apprentissage automatique et de visualisation à ces données - ainsi qu'aux nombreuses données recueillies par les sociétés d'audit de fret - vous ouvrez la porte à de nouvelles informations sur le marché du transport et vos opérations.

Ces informations, à leur tour, vous aident à prendre des décisions plus éclairées sur les mesures à prendre pour réduire les coûts, améliorer le service, atténuer les risques et atteindre les objectifs de durabilité. Des décisions plus intelligentes fondées sur des données réelles, et non sur l'intuition.

L'heure est venue de prendre des décisions basées sur les données dans le secteur des transports. **Êtes-vous prêt à vous lancer ?**



Adrian Gonzalez,
President of Adelante SCM,
Founder of Talking Logistics