



Avis d'expert



Un centre logistique de 22 000 m² à Beauvais (Oise)



RS propose des outils et des moyens techniques et humains pour accompagner les entreprises dans la rationalisation de leurs processus d'achat...

On connaît l'étendue et la profondeur de son offre, l'efficacité de sa logistique et toute la panoplie de ses outils techniques et économiques mis à la disposition des clients. Mais la grande force de RS, ce sont avant tout les hommes et les femmes qui accompagnent chaque jour les 60 000 clients en France. Pour Stéphane Maffli, Directeur Europe du Sud chez RS, c'est à ce niveau que la société fait la différence : « *Nous partons de la problématique du client, c'est la base de tout. Celle-ci varie d'une entreprise à l'autre, de sa taille, de son organisation. De plus, elle évolue dans le temps. Pour prendre toute la mesure des besoins des clients, il est indispensable d'avoir une présence conséquente auprès de nos clients. RS déploie une centaine de commerciaux sédentaires et itinérants et près de 50 personnes au support des ventes, notamment des conseillers techniques* ». Nous avons également mis en place une équipe dédiée pour accompagner nos clients dans l'implantation de solutions e-commerce dans leur entreprise, que ce soit via notre site internet, mais aussi par des systèmes de délégation contrôlée des achats en ligne comme notre solution Purchasing Manager, ou des outils d'e-procurement plus complexes adaptés aux structures multi-sites des grands groupes par exemple. Aujourd'hui, et c'est une tendance domi-



Une équipe de 500 personnes en France

nante, toutes les entreprises cherchent à rationaliser et simplifier leurs processus d'achats. L'acheteur est un acteur charnière de l'entreprise et ce quelle que soit la taille de celle-ci. Il est donc primordial que son temps soit mobilisé sur des actions à haute valeur ajoutée. En dialoguant avec ces interlocuteurs, RS cherche à les aider à adopter les solutions optimales qui rendront leurs actions plus performantes. C'est ainsi qu'elle peut proposer à ses acheteurs de mettre en place une délégation d'achat pour les commandes ponctuelles et de faible montant (montant qui varie généralement de 50 à 1 000€ selon la taille des entreprises) explique Stéphane Maffli : « *Nous avons fait le constat que les acheteurs passent encore trop de temps à traiter des demandes de faible montant*

et émanant de services qui ont un besoin ponctuel. Ces demandes sont souvent inopinées et perturbent l'organisation du travail de ces responsables d'achat. Nous leur disons : organisez des délégations d'achat, d'un montant et d'une durée que vous décidez. Confiez-nous le traitement de ces délégations. Avec le temps ainsi libéré, vous pourrez vous concentrer sur les achats qu'il est important d'anticiper et qui présentent un enjeu stratégique et économique plus élevé pour votre entreprise. En résumé, parlez-nous de votre projet global, de vos enjeux, et nous allons vous proposer nos expertises, qu'elles soient commerciales ou techniques, nous vous organiserons des rencontres avec nos fabricants partenaires. Bref, nous demandons à l'acheteur de concevoir le temps comme une

Optimisez vos processus d'achat Faites de votre temps une priorité



ressource et non pas comme un ennemi afin qu'il puisse reconsidérer son utilisation pour rendre sa fonction plus efficace et plus performante ».

Des solutions pour répondre à tous les processus d'achat

En fait, RS a fait une analyse très détaillée des processus d'achat dans les entreprises. Son analyse consiste à faire un distinguo entre les achats à forts enjeux économiques et ceux moins critiques, et un autre entre les achats planifiés et les achats plus ponctuels. Chaque situation appelle une solution bien adaptée. Par exemple, pour les achats planifiés à forts enjeux économiques, RS propose un accompagnement commercial et technique sur mesure, avec une optimisation sur le choix des produits et des fournisseurs, le stock et les prix. A l'autre extrême, pour les achats non planifiables et sans gros enjeu, l'acheteur peut s'appuyer sur les solutions e-business de RS. Tous les acheteurs, quel que soit leur niveau, ont la possibilité de conclure des accords de contractualisation et ils ont à leur disposition tous les outils développés par RS, notamment PUMA (Purchasing Manager), de-Procurement (PuchOut/OCI et catalogue hébergé), de dématérialisation des processus d'achat (e-invoicing, e-ordering).

Indispensables pour optimiser les processus d'achat, toutes ces approches, tous ces outils ne trouvent leur pleine mesure que si, derrière, il y a une offre conséquente pour les étayer. « *Notre valeur ajoutée n'est crédible que parce qu'elle est étayée par notre force de frappe* »,

poursuit Stéphane Maffli. De fait, en faisant appel à RS, l'acheteur est assuré de trouver la plupart des produits répondant à ses besoins. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : l'offre RS comporte 600 000 produits, dont 136 000 sont stockés en France. Environ 2 500 fabricants sont représentés, parmi lesquels 130 partenaires pouvant accompagner RS techniquement et commercialement. Malgré une offre complète disponible en ligne, il se peut que les fabricants n'aient intégré à l'offre RS le produit exact collant au plus près des besoins. Qu'à cela ne tienne, RS, grâce aux remontées d'informations de sa force de vente sur le terrain, peut trouver la solution avec ses fabricants partenaires, et peut aussi proposer la solution optimale sous sa marque propre RS Pro, composée de plus de 40 000 produits adaptés, avec un bon compromis entre les spécifications techniques et le prix.

Optimiser le nombre des fournisseurs

L'ensemble de l'offre de produits et de services proposée par RS présente un autre intérêt pour les acheteurs : les aider à optimiser le nombre de leurs fournisseurs. A une époque, les entreprises cherchaient à diversifier leurs fournisseurs, ne serait-ce que pour pouvoir faire jouer la concurrence. Mais les temps changent. « *Lorsqu'ils ont plusieurs fabricants en concurrence, les acheteurs doivent s'adapter au mode de fonctionnement de chacun d'entre eux. Plus ils en ont, plus c'est lourd à gérer. Il y a aussi la multiplication des bons de commande et des factures. Pour cette raison, les*

acheteurs cherchent à réduire le nombre de leurs fournisseurs. RS est bien placé pour répondre à cette attente. En faisant appel à nous, les acheteurs ont les meilleures chances de trouver le produit et la marque qui leur convient. De plus, ils peuvent aussi profiter de nos partenariats avec certains fabricants et construire avec eux des relations contractuelles afin de leur faire gagner du temps et de l'argent » conclut Stéphane Maffli.

On l'aura compris, que l'on évoque l'étendue de l'offre produits, l'importance de la force commerciale déployée sur le terrain, les multiples outils pour faciliter les transactions, toutes les actions de RS s'inscrivent dans une grande cohérence et répondent à une priorité : répondre aux attentes des clients en matière de gestion de leurs achats, les aider à exploiter au mieux leur temps et faire en sorte que leur entreprise gagne en performance !

Les atouts de RS face aux acheteurs

- Une priorité : comprendre les attentes des acheteurs pour y répondre de manière adaptée
- 150 personnes au commercial : Une grosse présence sur le terrain pour analyser les besoins de chacun et proposer des solutions optimales, contractuelles ou pas
- Plus de 7 000 colis expédiés chaque jour à destination des 60 000 clients RS
- Des outils puissants pour l'approvisionnement, les commandes et les facturations
- 600 000 produits disponibles : une offre de produits complète, plus de 2 500 marques leaders, pour permettre aux clients d'optimiser le nombre de leurs fournisseurs
- Des partenariats privilégiés avec plus de 120 fabricants, permettant aux clients de RS d'avoir un lien direct avec ces fabricants pour trouver la solution qui leur convient

RS Components SAS
Rue Norman King, CS 40453,
60031 Beauvais

fr.rs-online.com