

Transport Marketplace : place de marché sans droit d'entrée



Régis Barberchon et Chloé Salmon-Legagneur, associés de Transport Marketplace

Transport Marketplace est une place de marché ouverte sans droit d'entrée ou abonnement. Cela assure au site aucun frein à l'inscription. Les membres s'inscrivent librement, utilisent gratuitement le service et poursuivent leur activité s'ils sont satisfaits. A leur inscription sur le site, Transport Marketplace leur offre 50 crédits qui leur per-

mettent de tester les services avant de s'engager. Le compte est par la suite débité en fonction de la nature de la transaction.

A aucun moment Transport Marketplace ne s'interpose dans le montant de la transaction entre les 2 parties et crédibilise sa neutralité. Face au problème de mise en concurrence exacerbée, les acheteurs opèrent ainsi rarement plus de 4 demandes sur Transport Marketplace.

Les membres vendeurs sont ainsi assurés d'avoir une chance sur 2,3 ou 4 d'obtenir un marché. Cette démarche nécessite donc une qualification précise des vendeurs par l'acheteur avant de procéder à toute demande de cotation.

Ainsi l'acheteur peut préciser sa demande sur le site par mots clés pour trouver les prestataires correspondants à ses besoins.

La garantie d'une offre sérieuse

La Coface a mis en place sur le web le système @rating qui permet en quelques clics d'avoir accès à la cotation financière de plus de 55 millions d'entreprises dans le monde. Transport Marketplace est interfacée avec le système Coface afin qu'en 2 clics les acteurs de la place puissent consulter le @rating d'une société sans s'abonner au site Coface.

Des liens avec les portails des autres modes

Pour l'avenir, Transport Marketplace établit des contacts avec Intra, en vue de permettre à ses affiliés d'envoyer directement à une compagnie maritime des messages de commande en langage XML. De même dans l'aérien avec Traxon, le ferroviaire avec CESAR et le fluvial avec COMPRIS.

Freight Traders, organisateur d'appels d'offres de transports

Pour Freight Traders, bien réaliser un appel d'offres est une affaire de spécialiste. Bien identifier les transporteurs à solliciter, prendre en

compte les prestataires actuels du chargeur, lui en proposer de nouveaux. Cela nécessite une connaissance parfaite des prestataires, leurs points forts, leurs faiblesses.

Une pré-sélection est parfois nécessaire, à l'aide d'un questionnaire simple. Il est capital de faire participer en amont chez le chargeur le plus de personnes concernées. Ne pas tomber dans le piège du meilleur prix : le niveau de service et la capacité du prestataire à suivre sont déterminants.

Expliquer aux transporteurs non retenus les raisons et maintenir le contact pour les solliciter à nouveau ou leur demander de suppléer un prestataire défaillant en cours d'année.

Freight Traders tente de convaincre les chargeurs d'étaler leurs appels d'offres sur l'année, pour éviter de solliciter tous en même temps (souvent en fin d'année) les transporteurs et ainsi se donner toutes les chances de recevoir les meilleurs offres possibles.

La logistique du e-commerce

Qualité de services et respect des délais de livraison sont devenus déterminants dans la sélection d'un site marchand.

Le e-commerce qui représentait seulement 8 % du total de la vente à distance aux particuliers en 2000, atteint 62 % en 2005, avec une progression de 53 % de son chiffre d'affaires. Par ailleurs, le degré de confiance dans l'achat en ligne progresse également avec un taux qui s'établit à 58 %. Mais le prix n'est plus le seul critère de décision. La qualité de service et le respect des délais de livraison sont devenus déterminants pour l'internaute. Répondre aux problématiques de la logistique du e-commerce constituera donc un enjeu majeur pour les cybermarchands dont la pérennité dépendra d'une bonne organisation de leur distribution, comme le soulignent les études réalisées récemment.

C'est pourquoi la prochaine SITL Temps Réel traitera des enjeux de la logistique du e-commerce et de sa chaîne de distribution spécifique en conférence plénière le 29 Mars prochain.

Quelle place pour les PME des transports ?

D'un côté, le e-commerce est une menace pour les PME de transport car les plus gros opérateurs ont plus de moyens pour le mettre en place ; d'un autre côté, c'est une opportunité permettant de pallier l'atomisation du secteur. Les plus petits transporteurs risquent en effet de faire les frais de leur sous-capitalisation caractéristique et de la volonté de diversification d'opérateurs disposant de trésors de guerre, qui pourraient être tentés de faire des

acquisitions. Dans un marché qui pourrait bien faire l'objet d'un mouvement de concentration grandissante, les plates-formes de e-commerce permettent de fédérer des acteurs de taille moyenne, en réseau, leur donnant les moyens de proposer des prestations qui étaient jusqu'alors réservées aux grands acteurs, et donc de rester compétitifs. C'est là sans doute une carte à jouer sur un secteur de plus en plus concurrentiel. ■