

COMARCH EDI



7 POINTS CLES POUR PREPARER ET REUSSIR SON PROJET DE MIGRATION EDI

LIVRE BLANC

Les échanges EDI (Échanges de Données Informatisés) sont primordiaux dans vos relations quotidiennes avec vos partenaires commerciaux, fournisseurs comme vos clients.

Vous envoyez et recevez de multiples documents (factures, commandes, avis d'expédition, etc...) et le bon traitement de ces documents est vital pour votre entreprise, la gestion de son approvisionnement et bien entendu, ses finances.

Le choix de votre fournisseur EDI est donc capital dans ces échanges, et la migration vers un nouveau fournisseur EDI est toujours un projet d'envergure pour lequel il est important d'être bien préparé.

Une migration ne se passant pas correctement risque d'engendrer des retards et des dépassements budgétaires, mais également de l'insatisfaction chez vos partenaires commerciaux.

Il est d'ailleurs toujours intéressant d'analyser votre fonctionnement EDI actuel. Cela peut motiver et justifier un changement de fournisseur EDI. Les projets de migration sont courants !

Il est important de bien anticiper et préparer cette migration. À travers ce livre blanc vous découvrirez **7 points-clés pour vous aider à mieux choisir votre fournisseur EDI et réussir votre projet de migration** vers ce nouveau fournisseur.



1. PRENDRE DU RECUL SUR L'EXISTANT ET FIXER DES OBJECTIFS

Prendre du recul sur votre collaboration avec votre fournisseur actuel est primordial : cela vous permettra d'identifier les points vous apportant satisfaction et ceux qui doivent impérativement être améliorés.

Vous obtiendrez de cette démarche des objectifs précis pour votre migration vers votre futur fournisseur EDI.

Vous pouvez faire appel aux partenaires avec lesquels vous échangez la partie la plus importante de vos messages EDI pour recueillir leurs suggestions d'amélioration.

Les différents départements de votre entreprise sont également une précieuse source d'information : ils sont souvent concernés par l'EDI. Vous pouvez vous ainsi rapprocher de votre département Achats, Supply Chain, Comptabilité, la DSI, etc...

L'objectif d'une migration est d'abord la reprise de l'existant, mais elle permet bien souvent une modernisation et un nettoyage de certains processus qui ne sont plus d'actualité.

2. DÉFINIR LE BUSINESS-MODÈLE

Le business-model proposé par votre fournisseur EDI actuel peut éventuellement être amélioré. Définir s'il est nécessaire de modifier qui prend en charge les coûts relatifs à la transmission des documents ou à leur archivage légal apportera une valeur ajoutée à votre projet.

Le fait de supporter les coûts ou alors les partager peut permettre d'améliorer l'adhésion de vos partenaires aux échanges EDI et même augmenter la part de ces derniers qui utilisent l'EDI avec vous.

Les gains relatifs à l'adoption de l'EDI étant souvent indirects, ces derniers sont maximisés en augmentant la part de partenaires avec lesquels vous échangez en EDI.

3. CONSOLIDER VOTRE BASE DE CONTACT PARTENAIRES

Étape majeure préalable à une migration réussie : avoir des coordonnées fiables pour vos partenaires et les interlocuteurs EDI chez eux. Vous gagnerez ainsi un temps précieux lorsqu'il sera nécessaire d'entrer en contact avec eux.

Certains fournisseurs EDI peuvent vous proposer la mise en place d'un espace dans lequel vos partenaires seront autonomes dans la gestion de leurs coordonnées. Déléguer cette mise à jour à vos partenaires vous permet de libérer du temps pour d'autres actions.

En parallèle, réaliser une communication auprès de vos partenaires commerciaux permettra de leur expliquer les objectifs de la migration, les rassurer et les encourager dans ce processus.





4. CHOISIR UNE SOLUTION ADAPTÉE À VOS PARTENAIRES

Veillez à ce que la solution EDI retenue soit conforme aux attentes des partenaires commerciaux avec qui vous travaillez.

Le plus efficace est souvent de choisir une solution hybride, mélangeant échanges EDI de bout en bout et portail Web EDI. Cette solution apportera satisfaction à vos partenaires souhaitant une intégration EDI forte tout en proposant une alternative simple, avec le portail web EDI, à vos partenaires n'ayant pas les ressources IT pour mettre en place l'EDI.

Le choix de votre futur fournisseur EDI doit également se baser sur ses capacités à traduire les messages EDI d'un format à un autre.

En effet, il existe de nombreux formats pour échanger des messages EDI. Et il n'est pas rare de voir cohabiter plusieurs de ces formats au sein d'un projet EDI. Votre fournisseur EDI intervient alors en tant que traducteur afin que chaque destinataire d'un message le reçoive dans le format de son choix.

5. DÉFINIR UNE APPROCHE GLOBALE OU PAR PHASES POUR L'ONBOARDING DES PARTENAIRES

Vous travaillez avec de nombreux partenaires commerciaux. La collaboration que vous avez avec eux est d'une importance capitale pour votre entreprise.

La migration vers votre nouveau fournisseur EDI nécessite un onboarding de vos partenaires vers ce dernier. L'onboarding consiste à connecter vos partenaires à la plateforme EDI de votre fournisseur et à s'assurer que les messages sont correctement échangés.

Plusieurs approches peuvent être adoptées pour la migration : une migration globale ou alors par phases. Dans les deux cas, il est toujours intéressant de commencer par les partenaires commerciaux les plus importants en termes de volumétrie de messages échangés.

Veillez à sélectionner un fournisseur dont les équipes peuvent vous accompagner dans cette étape primordiale très souvent consommatrice de temps. Ainsi, vous pourrez vous concentrer sur votre cœur de métier en lui confiant la réalisation de l'onboarding.

Le fait que votre fournisseur EDI puisse parler la même langue que vos partenaires commerciaux simplifie grandement le contact avec ces derniers. Dans le cas d'un projet de migration international, privilégiez les fournisseurs EDI disposant d'un support disponible en plusieurs langues.

Certains fournisseurs proposent même des portails permettant à vos partenaires commerciaux de réaliser en toute autonomie la configuration de leurs échanges EDI. Ils conservent également la possibilité de prendre contact avec le fournisseur EDI en cas d'interrogation.

6. METTRE EN PLACE DES OUTILS DE REPORTING

Vous vous apprêtez à migrer vos partenaires commerciaux vers votre nouveau fournisseur EDI. L'utilisation d'outils de reporting et la réalisation de points de suivi réguliers avec votre fournisseur EDI vous permettront d'avoir une vue unifiée du processus de migration. Vous pourrez alors prioriser les actions à mener pour améliorer ce dernier, et suivre son avancement.

Le choix d'un fournisseur EDI proposant un portail de suivi des échanges EDI est un plus. Depuis celui-ci, les éventuels rejets pourront être identifiés et corrigés.

Définir des critères de réussite (ou Critical Success Factor) pour la migration permet d'établir avant le début de cette dernière des objectifs à atteindre qui sont réalistes et acceptables.

7. PROFITER DE L'APRÈS-PROJET POUR AMÉLIORER VOTRE ROI

Les échanges EDI sont importants mais ce qui vient après le projet l'est tout autant. Plusieurs leviers vous permettent d'augmenter facilement la valeur ajoutée du projet et votre retour sur investissement.

Par exemple, supporter de nouveaux types de messages (accusés réceptions, modification de commande, rapport de stock ou catalogue, etc...) alors que vous êtes déjà interfacé en EDI avec vos partenaires est une formidable opportunité.

Si vous travaillez avec vos fournisseurs en EDI, pourquoi ne pas intégrer vos clients dans le périmètre du projet ?

Autre point à souligner : les échanges commerciaux en EDI (les factures en particulier) doivent impérativement respecter un certain nombre d'exigences légales, en fonction des législations locales en vigueur. Si vous prévoyez d'augmenter le périmètre géographique de vos échanges, n'hésitez pas à vous faire aider par votre fournisseur EDI.

QUI SOMMES-NOUS ?

Créé en 1993, le groupe Comarch est devenu un acteur incontournable du marché des technologies de l'information en Europe et dans le monde. Editeur, Intégrateur et hébergeur, le groupe compte plus de 120 000 clients. L'année dernière, les 115 000 entités connectées à la plateforme Comarch EDI se sont échangé plus de 650 millions de messages dans 40 pays.

www.comarch.fr
contact@comarch.fr