

Volkswagen révèle son Market Place B2B

En 2012, Volkswagen AG est le plus grand constructeur automobile européen, produisant 9 millions de voitures, camions et fourgonnettes chaque année. VW possède des constructeurs automobiles de luxe tels que Porsche, Audi, Lamborghini et Bentley et des constructeurs automobiles familiaux tels que SEAT en Espagne et Skoda en République tchèque, le constructeur de motos de Ducati, les poids lourds Scania et MAN sont également la propriété de VW. L'entreprise compte 550 000 employés et exploite des usines en Europe, en Afrique, dans la région Asie / Pacifique et dans les Amériques. Les véhicules produits par le groupe Volkswagen représentent plus de 14,1% du marché mondial.

Les entreprises VW achètent chaque année pour 60 milliards d'euros de composants, de pièces automobiles et de matériaux indirects, et ces achats représentent plus de 70% du chiffre d'affaires annuel de VW. De toute évidence, le processus d'approvisionnement et les relations avec les fournisseurs sont absolument essentiels au succès de Volkswagen.

Le groupe VW cherchait des moyens de créer des relations plus efficaces avec ses fournisseurs et de réduire le coût des processus d'approvisionnement sur papier. Cependant, l'entreprise ne souhaitait pas automatiser les achats à l'aide d'une bourse publique ou d'un marché Internet parrainé par l'industrie, car elle aurait dû adapter ses propres processus commerciaux à un cadre commun qui pourrait être utilisé par de nombreuses organisations différentes. Elle a décidé de ne pas participer à Covisint, le marché Net du consortium industriel géant mis en place par Ford, General Motors et DaimlerChrysler, qui fournit des services d'approvisionnement et d'autres services de chaîne d'approvisionnement à ces entreprises, à d'autres constructeurs automobiles et à leurs fournisseurs.

Au lieu de cela, VW a opté pour une plate-forme privée qui lui permettrait d'intégrer plus étroitement ses fournisseurs à ses propres processus commerciaux. Fonctionnant comme un réseau industriel privé, VWGroupSupply.com a permis au groupe VW de concevoir un système optimisant ses propres processus commerciaux.

Au début de l'été 2002, la société a commencé à mettre en œuvre un extranet B2B privé massif pour le groupe Volkswagen et ses fournisseurs appelé VWGroupSupply.com. VWGroupSupply.com gère 90% de tous les achats mondiaux de VW, y compris tous les composants automobiles et pièces détachées. Il s'agit de l'une des bourses privées les plus complètes de l'industrie automobile mondiale.

La plate-forme Web en ligne peut traiter les demandes de devis (RFQ), les négociations de contrats, les achats de catalogue, la gestion des bons de commande, la gestion des modifications techniques, la gestion des programmes de véhicules et les paiements. Ce réseau industriel privé B2B a été développé à l'aide de la technologie d'un certain nombre de fournisseurs, notamment Ariba, IBM et i2 Technologies.

Les fournisseurs de toutes tailles peuvent accéder à VWGroupSupply.com avec un logiciel de navigateur Web standard. Le site Web est limité aux fournisseurs qui ont fait affaire avec une ou plusieurs sociétés du groupe Volkswagen et aux nouveaux fournisseurs potentiels qui passent par un processus d'autorisation. Le système maintient un référentiel de données commun avec des détails sur chaque fournisseur concernant l'approvisionnement, la logistique, la production, la qualité, la conception technique et les finances.

Il propose également un catalogue en ligne avec 1,37 million d'articles provenant de 750 fournisseurs mondiaux. Le catalogue utilise la norme eCl@ss pour classer son contenu. Tous les fournisseurs qui participent au processus de commande par catalogue classifient leurs produits en utilisant cette norme.

Les négociations en ligne impliquent plusieurs offres de fournisseurs pour différents contrats d'achat. VWGroupSupply.com garantit que tous les participants satisfont à ses qualifications techniques et commerciales. Avant le début d'une sollicitation en ligne, le système informe les fournisseurs des données et des règles précises régissant les négociations. Les changements de la demande du marché ont un impact considérable sur les activités de production de VW et affectent la capacité des fournisseurs à livrer. Des goulots d'étranglement de production peuvent survenir si les fournisseurs ne sont pas préparés à une augmentation soudaine de la demande. Si les fournisseurs entreposent trop de stocks, ils peuvent encourir des coûts excessifs en raison de leur surcapacité. VWGroupSupply.com dispose d'une application appelée Electronic Capacity Management (eCAP) pour alerter à l'avance VW et ses fournisseurs des changements de tendances.

eCAP permet aux fournisseurs de suivre en temps réel les plans de production et les besoins en matériaux de VW en temps réel. Cette capacité capture des informations sur les capacités maximales et minimales prévues des fournisseurs participants. Si les exigences de production de VW dépassent ces limites, le système déclenche une alarme afin que les deux parties puissent réagir rapidement. eCAP conserve des informations sur plus de 200 fournisseurs et 4 000 pièces critiques.

Au cours de ses trois premières années de fonctionnement, les réductions de coûts matériels et les gains de productivité de VWGroupSupply.com ont produit plus de 100 millions d'euros de réduction de coûts.

À la mi-2004, VWGroupSupply.com avait traité plus de 500 000 transactions avec plus de 5 500 fournisseurs. Plus de 4 200 négociations de contrats en ligne impliquant 26 000 fournisseurs ont été menées en ligne, pour une valeur de 42 milliards d'euros. Plus de 13 200 personnes ont utilisé le catalogue en ligne et passé des commandes totalisant 150 millions d'euros.

Matière à réflexion :

- Pour VW, quels sont les avantages de recourir à un réseau industriel privé, plutôt qu'à un réseau ouvert et utilisé par d'autres constructeurs ?
- Comment ce système a-t-il modifié les relations commerciales entre le groupe et ses fournisseurs ?
- Quelle valeur VWGroupSupply.com apporte-t-il à VW et à ses fournisseurs ?

Source : Martin Hoffman, "Best Practices: VWRevs Up Its B2B Engine," Optimize Magazine, March 2004; www.vwgroupsupply.com, accessed August 23, 2004; www.lesechos.fr, accessed april 1st, 2013 and www.hoovers.com, accessed August 24, 2004.